



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES  
ESPIRITU SANTO**

**FACULTAD DE: ECONOMIA**

**TITULO:**

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA DE  
PRODUCTOS QUÍMICOS (DESINFECTANTES  
GUAYAQUIL S.A.)**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE  
PRESENTA COMO  
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO  
DE: INGENIERIA EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

**MARIA G. LLERENA CANDELA**

**NOMBRE DEL TUTOR: EMILIO GALLARDO**

**SAMBORONDON, DICIEMBRE, 2016**

**Dedicatoria**

**A Dios, a mi hijo y a mi familia.**

## **Resumen**

Tras seis años laborando en una empresa productora de insumos químicos y al haber colaborado en áreas como: Servicio al Cliente, Manufactura, Compras, Compras Públicas y Administrativa, he logrado rescatar la importancia de nuevas tendencias, no solo innovadoras, sino también de carácter ecológico. Mi investigación tiene como objetivo, establecer una estrategia en la que tanto el consumidor, el medio ambiente y el desarrollo económico de la empresa tengan un notable cambio y superación. Es decir, no solo ser pioneros en este campo como empresa productora, sino generar un cambio a nivel general desde la microempresa hasta negocios ya establecidos; Creando un ambiente sostenible capaz de ser muy rentable ampliando reducción de costos innecesarios pero también marcando la diferencia al preocuparnos por el medio ambiente. En conclusión, surtir al mercado con productos químicos que posean márgenes de responsabilidad social empezando desde lo que parecería lo más básico pero casi lo más elemental a la hora de elaborar un insumo, su presentación.

**Abstract**

After six years working in a company producing chemical inputs and having collaborated in areas such as: Customer Service, Manufacturing, Purchasing, Public Procurement and Administrative, I have managed to rescue the importance of new trends, not only to innovative but also ecological. My research aims to establish a strategy in which both, the consumer, the environment and the economic development of the company have a remarkable change and overcoming. That is, not only to be pioneers in this field as a production company, but to generate a change in general level from the microenterprise to already established businesses; Creating a sustainable environment capable of being very profitable by expanding unnecessary cost reduction but also making a difference when we care about the environment. In conclusion, supply the market with chemicals that have margins of social responsibility starting from what would seem the most basic but almost elementary when it comes to developing an input, its presentation.

## **Introducción**

“La responsabilidad social es de todos, pero sin el compromiso suficiente puede transformarse en la responsabilidad de nadie” según ( Alcerro, 2014). La Responsabilidad Social surge y tiene más alcance debido a la necesidad de las organizaciones de sostenerse. En la actualidad, en la era de la información es imposible no innovar, no crear estrategias que garanticen el sostenimiento global. Es preponderante analizar día a día la forma de actualizarse y desarrollarse en este ambiente tan competitivo.

El desarrollo estratégico de la Responsabilidad Social permite distinguir con más facilidad el terreno en común y las divergencias que aún existen en torno a su concepto para poderlo integrar y evaluar de forma completa en una empresa. El impacto que puede tener el diseño y la correcta implementación de una estrategia integrada a las normas internas de una empresa, puede ayudar a la misma a comprender y evaluar su contribución a la sociedad con el fin de reforzar las decisiones operacionales e inversiones futuras, siendo fuentes directas, las actividades realizadas y controladas por la empresa y fuentes indirectas, los efectos de repercusión de estas actividades, lo que permitiría evaluar la evolución del desarrollo y así poder redefinir acciones gerenciales.

No solo se aspira a que la compañía y los operativos tengan un comportamiento social como entes individuales sino también a promulgar este movimiento ante el resto de empresas pymes que diseñen con competitividad estrategias adecuadas con impacto ambiental, social y económico.

Como pilares fundamentales en los resultados esperados en el funcionamiento financiero, se tiene la expectativa de contribuir a la reducción de costos. A nivel social, las consecuencias de la actividad de la empresa en cuanto al resto de proveedores y clientes. A nivel ambiental, la reducción del uso de materiales medianamente nocivos.

Básicamente, dentro de la elaboración de productos químicos se incurren costos elevadísimos en la presentación final, mi proyecto se basa en dos ejes. El primero económico, en el que hago un análisis inicial de la situación actual de la empresa, identifico los costes elevados y propongo una inversión con sus respectivos balances y diseño para su posterior aprobación en la modificación del envase, “ya que es uno de los insumos cuya concentración de polietileno afecta directamente en su etapa de desecho a su biodegradación.” (C.I.T., 2016) Como segundo eje fundamental, la inclusión de una estrategia que contemple la parte técnica antes indicada para sustentar y avalar el correcto manejo de una inversión tecnológica de tal grado. Cabe recalcar que cualquier tipo de inversión en el ambiente financiero actual tiene un riesgo y es lo que queremos disminuir. Al mismo tiempo, alentar a los accionistas del desarrollo positivo de su organización, su implementación hará reducir costos ambientales y económicos.

### **Marco Teórico**

En este capítulo estableceremos el surgimiento y la vinculación entre el bienestar social, económico y ambiental que existe en la elaboración de productos químicos. Podremos observar la relevancia que tiene la estrategia de Responsabilidad Social en el ámbito corporativo. Vamos a enfatizar este capítulo en su origen, principios y materias fundamentales para el correcto desarrollo de la estrategia antes mencionada.

“La Organización como esquema operacional tiene necesidades no solo económicas, sino también sociales porque en contexto, no se podría desenvolver sin involucrar ambas partes” (Registro Oficial Congreso Nacional, 2009). “El correcto comportamiento de la misma, contribuye a un desarrollo sostenible y el cumplimiento de normas establecidas, leyes y certificación que logran una empresa integrada.” (García, 2004) “El comportamiento ético y transparente bajo normativas da como resultado el concepto de Responsabilidad Social, generado por la preocupación de las

entidades interesadas como lo son: la industria, el gobierno, los consumidores, entre otros.” (Rivera, 2011)

La Responsabilidad Social Empresarial es “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Latorre, 2010)... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”. (Europeas, 2001)

Basados en este concepto podemos llegar a la conclusión que la responsabilidad social posee tres estándares como marco obligatorio. Primero, la voluntariedad; es decir: las empresas rigen su ética con su entorno, cada empresa elige voluntariamente acceder a este tipo de política, con su base de conductas pre-establecidas. Segundo, Sostenibilidad; dentro de cada actividad empresarial, todas las partes deben estar integradas, la RS actuará como un mecanismo de apoyo que genere impacto a nivel trascendental. Tercero; Relación de Grupos: Cada eslabón en la cadena de valor de una empresa es sumamente importante para la misma. “Las decisiones no solo estarán basadas en los niveles superiores, sino, los trabajadores, proveedores, entre otros, tendrán una participación más preponderante ya que de una forma u otra contribuirán en el aspecto social” (Creocorp, 2006)

Las normas ISO contribuyen positivamente a desarrollar proyectos que incluyen responsabilidad social. Esta Organización Internacional de Normalización cuenta con una membresía de 163 organismos nacionales de países grandes y pequeños en desarrollo y en transición de todas las regiones del mundo con más de 18400 normas para regular las tres dimensiones: económica, social y ambiental. (Organización Internacional de Estandarización, 2010) El objeto de esta investigación estará basado en

la norma ISO 26000 ya que abarca todo tipo de empresa sin importar su tamaño, actividad o ubicación.

“Bajo la dirección conjunta de los miembros de ISO de Brasil (ABNT) y Suecia (SIS), que estaba formado por expertos del organismo miembros del ISO y de las organizaciones vinculadas. La membresía se limitó a un máximo de seis expertos por ONN y dos expertos por organizaciones vinculadas. En julio del 2010, el ISO/WG R contaba con 450 expertos participantes y 210 observadores de 99 países miembros de ISO y 42 organizaciones vinculadas.” (ISO, 2010)

### **Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social**

“Toda organización debe considerar materias importantes en el desarrollo integral de la misma. Cada una de ellas, se interrelacionan entre sí, no se trata de que cada entidad considere la que le conviene, sino debe cerciorarse que no está afectando negativamente a otro. A la hora de actuar responsablemente las siguientes 8 materias son básicas.” (RES, 2015)



Imagen 1. Materias fundamentales de la RS

Fuente: Tomado de (FUNDAHRSE, 2014)

**Gobernanza de la organización:** El cambio que genera una organización hacia un desarrollo sostenible debe ser constituido y regulado por la gobernanza, es decir, un sistema que norme las decisiones de la misma.

**Derechos humanos:** Como consta dentro de los principios, la salud en el sistema nacional es un derecho fundamental establecido por la ley de la Constitución de la República que reza en sus artículos.

**Prácticas laborales:** Las políticas dentro de una organización conforman un eje fundamental en el desarrollo de la misma. La Organización Internacional de Trabajo regula estos lineamientos disciplinarios.

**Medio ambiente:** Los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales van correlacionados

**Prácticas justas de operación:** La relación entre organizaciones es básica y va aumentando conforme a las asociaciones que se generan debido a la crisis económica que se atraviesa en la actualidad.

**Asuntos de consumidores:** Los consumidores son la parte esencial de la sostenibilidad de una empresa. “Brindar la correcta información, estrategias de mercadeo, fomentar el consumo mediante marketing veraz y asertivo promoverá el correcto desenvolvimiento de los consumidores.” (Espinosa, 2015)

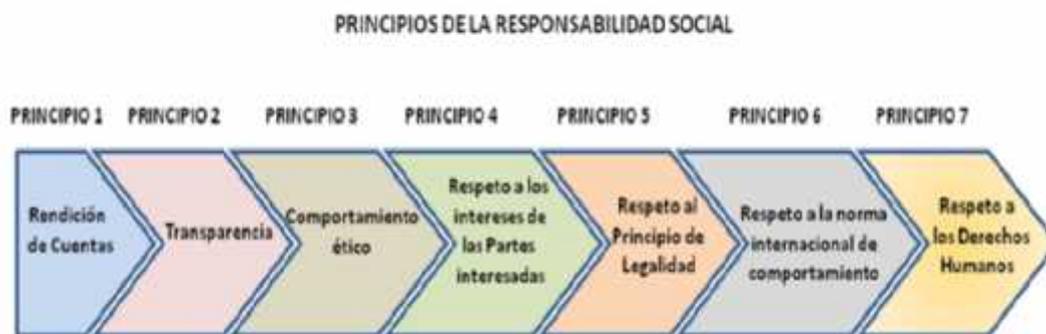
**Participación activa y desarrollo de la comunidad:** La ISO 26000 propone involucrarse ágilmente en todas aquellas comunidades que se encuentren dentro de su esfera organizacional.

### **Principios de ISO26000**

Con el fin de maximizar la contribución para el desarrollo sostenible, la ISO 26000 facilitó los siguientes principios como básicos, es recomendable adaptarlos a

todo tipo de organización que necesite involucrarse directamente con esta norma.

(Argandoña, 2011)



**Imagen 2. Principios de la responsabilidad social**

Fuente: Tomado de (Globalstd, 2013)

**Principio 1.-** Cualquier tipo de organización necesita una entidad reguladora que establezca parámetros de supervisión y correcto manejo de las estrategias implementadas.

**Principio 2.-** La organización posee políticas y actividades para las cuales deben ser claras y precisas en su proceder. Tanto los accionistas, colaboradores y como los consumidores necesitan poseer la información de la misma.

**Principio 3.-** Todas las partes interesadas deben poseer un comportamiento honesto, equitativo prevaleciendo un respeto por cada una de las partes del entorno de la organización.

**Principio 4.-** “El sistema de seguridad de salud en el Ecuador está compuesto por dos sectores, el sector público y el privado. El sector publico comprende a 1) MSP: Ministerio de Salud Pública 2) MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social 3) ISSFA: Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas 4) ISSPOL: Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional 5) IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.” (Ruth Lucio, 2011) En el sector privado aparte de las clínicas privadas también existen empleados independientes. Cada uno de ellos con sus derechos, reclamaciones o intereses que deben ser modulados colectivamente.

**Principio 5.-** En el Ecuador una de las funciones del MSP es normar, regular y controlar las actividades realizadas por entidades públicas y privadas que se vinculan con la salud de las personas y el medio ambiente. “En la atención de salud son poco estructurados todavía los controles del MSP. En el caso del IESS se ha emprendido en el último año un interesante proceso de fortalecimiento de auditoría técnica previo a los pagos. ISSFA e ISSPOL, por su parte, cuentan con sistemas de auditoría técnica desde hace varios años, lo cual les ha permitido mantener la calidad del servicio y contener costos.” (Secretaría General IESS, 2011)

**Principio 6.-** Significa evitar ser partícipe de actividades que estén fuera de las normativas internacionalmente acogidas.

**Principio 7.-** La salud en el sistema nacional, es un derecho fundamental establecido por la ley de la Constitución Política.

*Art. 1.- Principios Rectores.-* El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Es decir, prevalecer la universalidad de los derechos humanos sin beneficiarse de alguna ley que no lo ampare”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

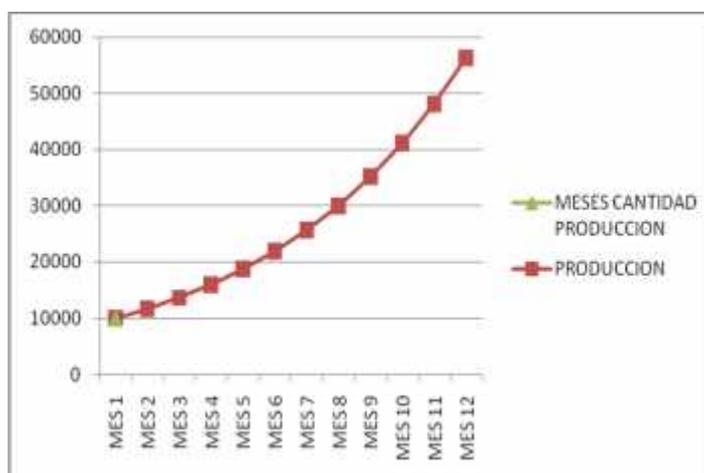
En conclusión, estos principios son más que necesarios para todos los involucrados directa o indirectamente de una organización. Como se indicó en la introducción, buenas intenciones sin buenas acciones no significan nada. Los principios, son reglas generales basadas en ética reguladora, contienen respeto por cada uno de los aspectos a tratar. No se podría obtener ningún tipo de certificación si cada uno de los miembros no se siente completamente comprometido.

## Descripción de la Empresa Desinfectantes Guayaquil S.A.

Ahora establezcamos una descripción general de la empresa sujeta a la investigación, Desinfectantes Guayaquil S.A. “DESINGSA” se dedica a la elaboración y producción de productos químicos Hospitalarios dirigido para áreas críticas y altos riesgos de contaminación. Su principal actividad económica se desarrolla a través de una red de distribución de proveedores que opera con su logística en todo el territorio nacional beneficiando así a los hospitales centros y sub centros de salud que regenta el Ministerio de Salud Pública y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social captando un 80% de nuestra producción y el 20% restante al sector privado ( datos proporcionados por la empresa). El inicio de las actividades económicas de Desinfectantes Guayaquil “DESINGSA” comienza desde el año 1999. Tiene la capacidad de producción de 5000 galones diarios y su materia prima el 40% es Importada y el 60% es de compra local.

“A nivel del Estado podemos estar expuestos a cualquier cambio en cuanto a la legislación y regímenes institucionales, lo que produce un desequilibrio a nivel de proveedores dispuestos a participar equitativamente en procesos de requerimientos abiertos al público en general.” (Universidad Tecnica Estatal de quevedo, 2014)

A continuación, en la figura 1, el volumen de producción de botellas de un litro en el que se demuestra el crecimiento mensual que ha tenido la venta del producto `X` a lo largo del último año:



**Figura 1. Producción anual del producto X presentación litro**

**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**

**Elaboración: Propia Autor**

En la figura 2 se demuestra el crecimiento mensual que ha tenido la venta del producto `Y` por galón a lo largo del último año.



**Figura 2. Crecimiento mensual del producto Y en presentación galón**

**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**

**Elaboración: Propia Autor**

Basados en los índices de crecimiento, los productos X y Y son productos rentables que anualmente generan ingresos y a su vez, egresos a la empresa. Para obtener el costo marginal debemos tener claro que el costo de la materia prima no debe sobrepasar el 30% del precio de venta en el mercado. Sin embargo, para alcanzar el nivel óptimo de producción tendríamos que reducir dicho porcentaje. Conociendo claramente y antes expuestas nuestras debilidades con respecto a la materia prima, no nos quedan más que dos alternativas: la reducción de mano de obra o la reducción de otro factor importante y la presentación del producto sin que éste cambio deteriore la demanda y/o la calidad del producto final.

### **Metodología**

Este estudio es descriptivo partiendo desde un enfoque económico, la reducción de flujo de dinero en el país (Ecuador) ha ingerido en el desarrollo de muchas empresas. Algunas han quebrado y las que sobreviven son multinacionales o aquellas en su gran mayoría que se han preocupado por brindar un enfoque más social y alternativo.

Publicar información hacia los consumidores, desde el proceso de elaboración, distribución y mercadeo son detalles que ahora el consumidor percibe. Las empresas en la actualidad, ya no se pueden dedicar sólo a generar ingresos, la competencia agresiva incentiva a reformar técnicas nuevas de tecnología y avances que estén acordes al desenvolvimiento de la sociedad. Desde empresas automotrices hasta laboratorios médicos se han dedicado a implementar productos que intervengan en una participación social activa. La investigación ha sido descriptiva pues intervienen parámetros de análisis, como de las leyes del país, el desenvolvimiento de las organizaciones frente a un marco de RS, datos actuales de venta, producción y proyecciones.

Para empezar con la implementación de la estrategia antes mencionada se analizó el estado actual financiero de la empresa y se comparó mediante proyecciones y flujo de caja. Luego de verificar si la implementación de tecnología era necesaria, tangible e innovadora, se realizó un análisis estadístico del impacto que traería hacia los proveedores, consumidores, alta gerencia, colaboradores y desde luego el medioambiente. Para concluir, el diseño de la estrategia en este tipo de empresa tiene relación a los lineamientos que desarrolla la ISO26000. Es decir, incluir el concepto de responsabilidad social en todas las decisiones y actividades de la entidad.

### **Proceso de Implementación de la Estrategia en la Empresa**

“En relación con lo antes mencionado, la Responsabilidad Social se refiere principalmente al buen ejercicio de respuesta de una organización frente a la cadena de valor de la misma. Teniendo siempre en cuenta la preservación de su entorno, promoviendo el desarrollo sostenible.” (fernandez, j. l. 2012). Para lograrlo, todas las partes involucradas deben sentirse satisfechas. Desde la alta gerencia hasta los usuarios, consumidores, proveedores, etc. Después de atravesar el sistema normativo, es decir, cumplimiento de leyes y disposiciones del Estado, continúa el análisis operacional,

donde constan todos los factores que permiten que la empresa elabore sus bienes ofertados o servicios. Luego hacemos referencia con el análisis financiero, monetizando inversiones, costos, precios y mercado. Haciendo referencia al principio 9 que establece que “Los Estados deberían cooperar en el fortalecimiento de su propia capacidad de lograr el desarrollo sostenible, aumentando el saber científico mediante el intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos, e intensificando el desarrollo, la adaptación, la difusión y la transferencia de tecnologías, entre estas, tecnologías nuevas e innovadoras (...)” (ONU, 1992) seguimos con el estudio social, que es donde se revisa la contribución que ésta organización produce en la calidad de vida y bienestar de la sociedad. Y por último, damos énfasis en la calidad ambiental, investigación que rescata bienes no renovables para un desarrollo sostenible. En la empresa identificada como Desinfectantes Guayaquil S.A., surgió la necesidad de implementar tecnología con el fin de elaborar bienes logrando una reducción de costos pero también preocupándose por el bienestar integral con objetivos a largo plazo. No existe ningún proyecto en la actualidad a largo plazo que no requiera que sus recursos sean perdurables. Para la implementación de la inversión se solicitó un análisis de mercado. La respuesta de los consumidores y el impacto que generaría en los colaboradores es de vital importancia ya que ellos serían los vigilantes de la recurrencia de dicha estrategia.

A continuación como consta en la imagen 3 se analizarán cada uno de los pasos en orden y con su detalle respectivo.

**Imagen 3. Pasos para la implementación de la Norma ISO26000**



Fuente: Tomado de (Argandoña, 2011)

Como primer paso se debe instruir a todas las esferas de la organización el significado, origen y repercusión de la responsabilidad social, ya que significa la base de la norma ISO26000. Revisar principios, componentes de la materia y ligarlos con los procesos operacionales de la entidad es en resumen el primer paso para la implementación de una estrategia. (Soria, 2014) En esta empresa se logró verificar que solo la alta gerencia tenía parcial conocimiento de la inclusión de RS. El resto de colaboradores enfocaban sus conceptos en bienestar social un 40%, cuidar el medio ambiente un 40% y reciclaje un 20%. Se estableció mediante actividades de vinculación entre rangos medios y sus equipos de trabajo.

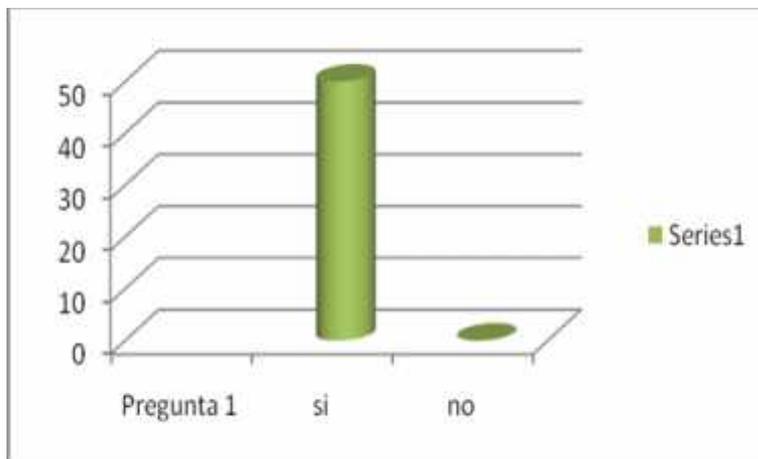
Posterior al recaudo de información se marcan parámetros de comparación, es decir, ya conociendo principios, sugerencias, leyes y cuantificadores de bienestar social se lleva a cabo el cotejo con las acciones actuales de la empresa. Abarcando cada parte de proceso y de decisiones, desde la producción hasta el servicio al cliente. Para lo cual tenemos como resultados que la empresa genera rentabilidad pero invirtiendo en tecnología los costos se reducirían, los bienes no renovables se reemplazarían por técnicas de reciclaje y la rentabilidad y credibilidad frente al público se incrementaría.

Los resultados se ven reflejados en las figuras a continuación:

Pregunta 1.- ¿Le ha llegado información de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial?

Si

No



**Figura 3. Resultado en diagrama de la pregunta 1**

**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**

**Elaboración: Propia Autor**

Pregunta 2.- Si su respuesta fue si responda bajo que medio:

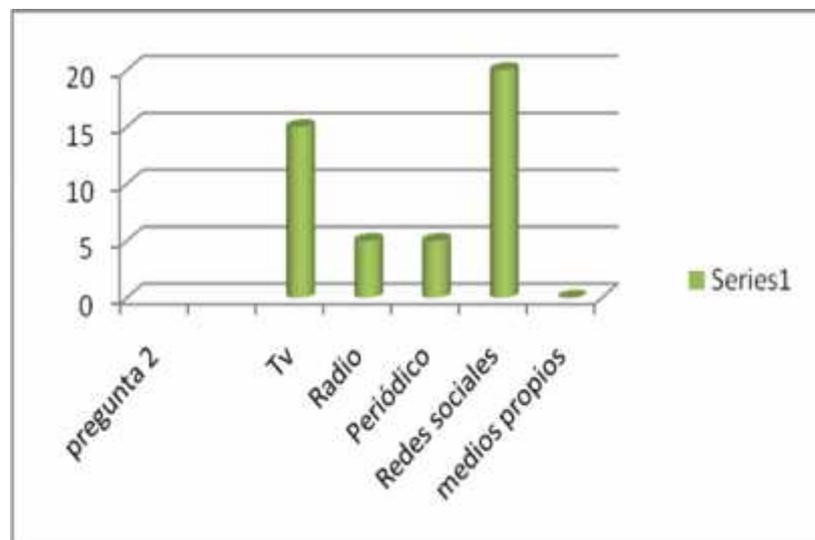
Tv

Radio

Periódico

Redes sociales

Medios propios



**Figura 4. Resultado en diagrama de la pregunta 2**

**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**

**Elaboración: Propia Autor**

Pregunta 3. ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la Responsabilidad social?

Mejoramiento de la

Hacerse cargo de los problemas de la

- imagen
- Ayuda a la comunidad
- Disminución de impuestos
- Calidad de vida laboral
- sociedad
- Cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive
- Otro (Por favor especifique)

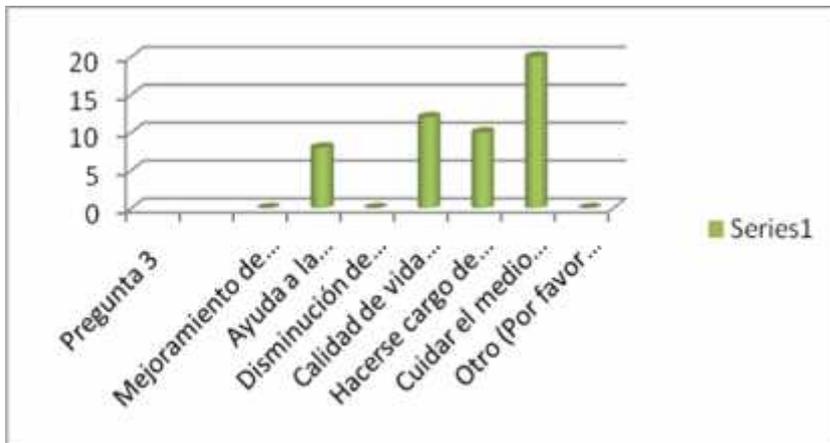


Figura 5. Resultado en diagrama de la pregunta 3

Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.

Elaboración: Propia Autor

Pregunta 4.- ¿Cree usted que la responsabilidad social se debería regular por entidades del estado?

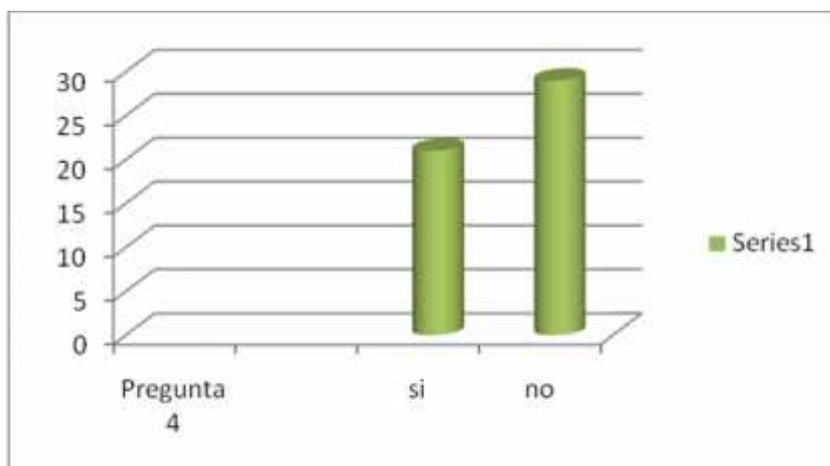
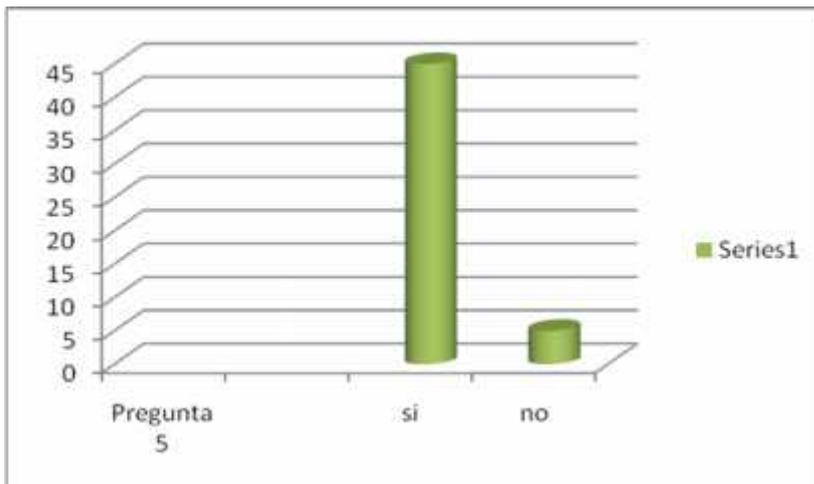


Figura 6. Diagrama de la pregunta 4

Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.

Elaboración: Propia Autor

Pregunta 5.- ¿Cree usted que deberían existir sanciones para las empresas que no cumplen con las leyes de gestión ambiental?



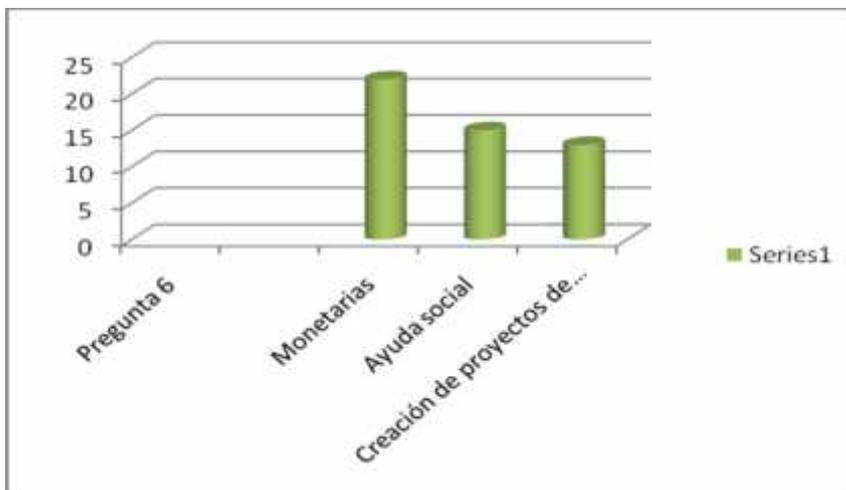
**Figura 7. Diagrama de la pregunta 5**  
**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**  
**Elaboración: Propia Autor**

Pregunta 6.- ¿Qué tipo de sanciones Ud. recomendaría?

Monetarias

Ayuda social

Creación de proyectos de inclusión social

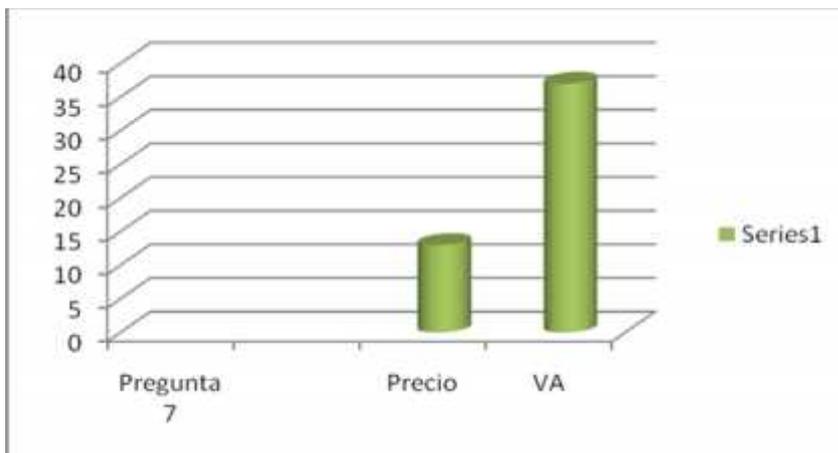


**Figura 8. Diagrama de la pregunta 6**  
**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**  
**Elaboración: Propia Autor**

Pregunta 7.- ¿Como consumidor, usted elegiría un producto por su precio o por su valor agregado a la sociedad?

Precio

VA

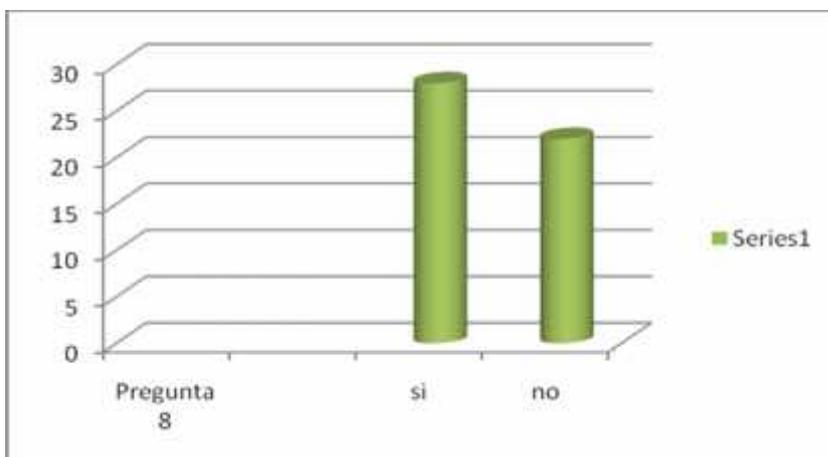


**Figura 9. Diagrama de la pregunta 7**  
**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**  
**Elaboración: Propia Autor**

Pregunta 8.- ¿Estaría dispuesto a pertenecer a algún grupo de inclusión social?

Si

No



**Figura 10. Diagrama de la pregunta 8**  
**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**  
**Elaboración: Propia Autor**

9. Mencione dos empresas que usted considere socialmente responsables y dos empresas que usted NO considere socialmente responsables.

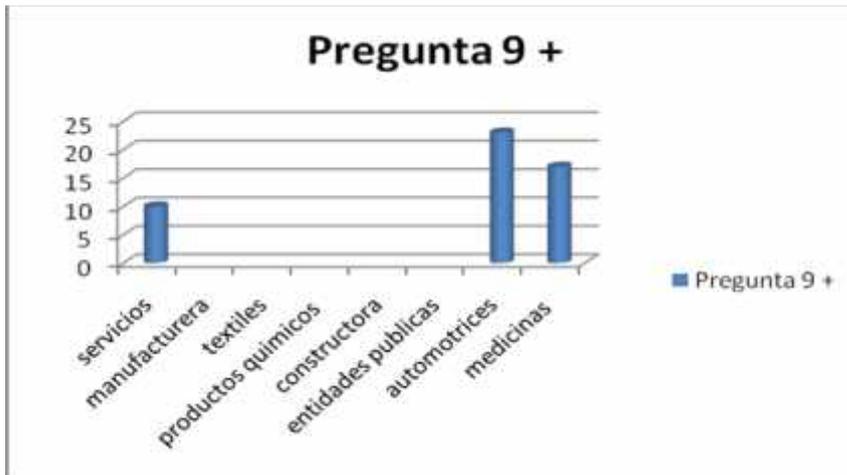


Figura 11. Diagrama pregunta 9.1

Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.

Elaboración: Propia Autor

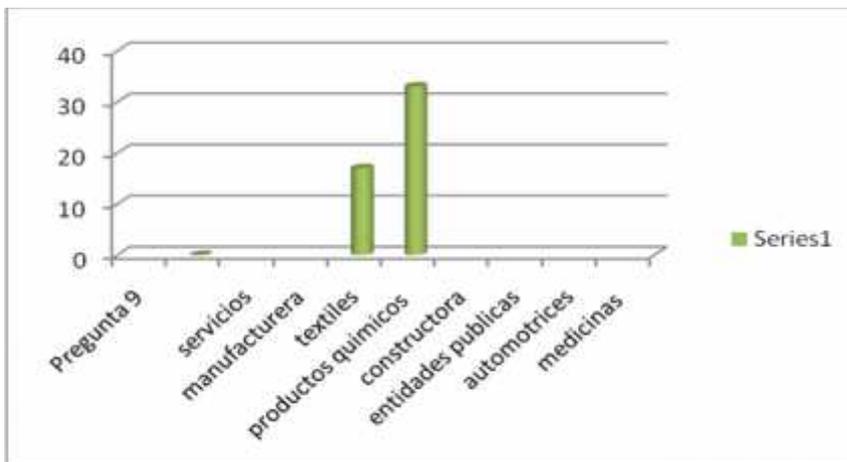


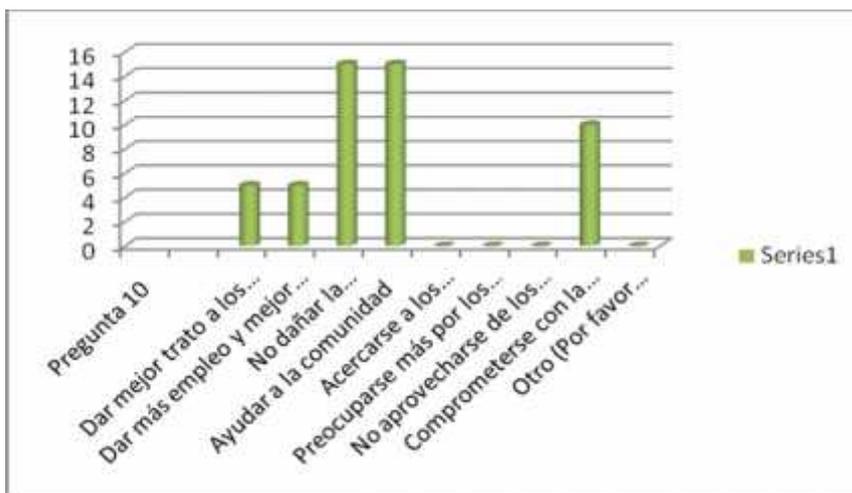
Figura 12. Diagrama pregunta 9.2

Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.

Elaboración: Propia Autor

10. De los puntos nombrados a continuación ¿cuáles considera usted que deberían practicar las empresas para ser más socialmente responsables?

- Dar mejor trato a los trabajadores
- Dar más empleo y mejor sueldo
- No dañar la naturaleza, no contaminar
- Ayudar a la comunidad
- Acercarse a los trabajadores y apoyarlos
- Preocuparse más por los demás que por ellos mismos
- No aprovecharse de los consumidores
- Comprometerse con la sociedad
- Otro (Por favor especifique)



**Figura 13. Diagrama pregunta 10**

**Fuente: Desinfectantes Guayaquil S.A.**

**Elaboración: Propia Autor**

Bajo estos parámetros podemos justificar los siguientes resultados considerando las respuestas de los consumidores, proveedores y usuarios.

- ) Todos los encuestados suponen conocer el significado de la herramienta \*Responsabilidad Social\*.
- ) El 40% de los encuestados dicen haber conocido esta metodología mediante redes sociales, amigos, etc.
- ) El 40% de los encuestados, cree que el término tiene por connotación un enfoque de cuidar el medio ambiente y el entorno y otro porcentaje significativo (24%) cree que es similar a mejorar la calidad de vida.
- ) Un 58% de los encuestados argumenta NO apoyar la regulación de normas de RS mediante entidades públicas.
- ) El 90% de los encuestados están a favor de que existan sanciones hacia las empresas que no apoyan dicha estrategia.
- ) El 44% de los encuestados están de acuerdo con sanciones monetarias, mientras que el 30% se encuentra conforme a que dichas empresas presten ayuda social como sanción.

- J Se consultó si cambiarían su enfoque de consumo si las empresas ofertantes tienen más apego a estrategias de responsabilidad social y el 74% respondió asertivamente.
- J El 56% de los encuestados aceptó pertenecer a un tipo de grupo que posea inclusión social.
- J El 46% de los encuestados creen que las empresas automotrices son las que tienen más impacto positivo y el 66% está de acuerdo que las empresas que más generan efectos negativos para este tipo de inclusiones son las relacionadas con productos químicos.
- J Y finalmente, los encuestados piensan en porcentajes iguales (30%) que las empresas deberían adoptar actitudes como, no dañar la naturaleza y ayudar a la comunidad para convertirse en organizaciones un poco más responsables socialmente.

Concluimos que un gran porcentaje carece de credibilidad hacia entidades gubernamentales y que para la mayoría, las opciones de sancionar pueden ser diversas. Lo positivo fue la actitud del encuestado, ya que más que nada lo que busca es satisfacer sus necesidades ya sea desde el punto de vista como ofertante o como demandante, su punto es el mismo, apoyar empresas que aporten algún tipo de beneficio sea social o civilmente hablando y que la mayoría está presta a ser parte del gran cambio. Este último punto es muy importante ya que para lograr un esfuerzo equitativo y resultados positivos, el trabajo debe ser armónico. Con esto terminamos el paso dos que era diagnosticar la situación de la norma ISO26000 en el estado actual de la cadena de valor a la organización.

Paso 3.- Tras un análisis FODA podemos destacar áreas en las cuales debemos prestar atención al momento de elegir la teoría del objeto del estudio. Es necesario comprender por qué la elección de la modificación del envase.

Fortalezas:

- ) Experiencia de los operativos
- ) Maquinarias modernas
- ) Completa noción de los movimientos del mercado
- ) Capacidad de producción elevada
- ) Contratos con el Estado
- ) Productos innovadores

La experiencia que posee la empresa es invaluable, por eso lo referí como aspecto destacado, los operativos conocen el correcto funcionamiento del mercado, de los procedimientos en los procesos de venta y entrega del producto. La fluctuación del año con respecto a ventas ya que nuestro principal cliente es el Estado y ellos poseen un régimen en cuanto a los requerimientos de los productos demandados.

Oportunidades:

- ) Poca competencia
- ) Mercado amplio
- ) Altos niveles de requerimientos en el país
- ) Inversionista
- ) Regulaciones que favorecen al productor nacional

Los niveles de competencia son escasos y el mercado a nivel nacional tiene una fuerte demanda sobretodo cada vez que el país se encuentra en estado de emergencia.

Gracias a la creación del régimen de compras públicas, el sector de producción nacional se vio beneficiado con las múltiples regulaciones impuestas por el sector ejecutivo.

Debilidades:

- J Salarios Mínimos
- J Situación Financiera del país
- J Problemas con la transportación
- J Acceso a créditos deficiente
- J Problemas en la gestiones de abastecimiento de materia prima

Debido a la fuerte recesión a nivel institucional y a la situación económica actual, las empresas se han tenido que ajustar bastante y aunque no es la mejor medida, los salarios mínimos no cumplen con los requerimientos de los operadores por lo que no tenemos operadores tan satisfechos.

Uno de los inconvenientes a nivel de fabricación es abastecerse de materia prima, dan cada vez menos plazo a créditos y debido al cambio de legislación en cuanto a las importaciones, tienen niveles limitados de ventas de los insumos y no podemos aprovisionar de los mismos, limitándonos de poder ofertar con agilidad y eficacia.

Amenazas:

- J Competencia agresiva
- J Conflictos económicos a nivel de superiores
- J Competencia arraigada
- J Cambios en regulaciones a nivel del Estado
- J Mercado exigente

Con este análisis se puede arrojar el diagnóstico actual de la empresa en un contexto integral e interno y su impacto hacia su entorno.

Como cuarto paso tenemos la generación de una política organizacional, dentro de la empresa Desinfectantes Guayaquil se deberán incluir parámetros que incluyan los principios y objetivos como entidad, rediseñando aspectos tanto como de visión, misión, valores, etc. Así como también establecer los recursos que se necesitarán para la implementación de la estrategia, tanto de talento humano, financieros, tiempo y espacio. Para diseñar una política de responsabilidad Social Corporativa, es necesario tener en cuenta ejes muy claros de la cadena de valor como por ejemplo expectativas, propósitos y requisitos.

Luego para el quinto paso, lo denominaremos como el plan de capacitación de la norma en el cual divulgamos y capacitamos al personal de acuerdo al modelo de ISO26000 a través del cual se genere integración y actitudes asertivas de todos los colaboradores. El plan estará a cargo del área de mercadeo y contendrá:

- ) Operación de divulgación en el que se enviarán mensajes referentes a la implementación de la norma. Tales como protectores de pantalla, mensajes en redes sociales, vía mail interno, etc.
- ) Programas sociales en los que se proporcionará información para captar posibles voluntarios y grupos de trabajo. A ellos también se los incentivará y fomentará el trabajo en equipo y de nuevas propuestas que faciliten la implementación de la misma.
- ) Evento de lanzamiento en el que se hará oficial el establecimiento de la norma.

En el que también se encuentra la instrucción del personal a cargo del área de talento humano.

Si no se trabaja en los campos básicos, que son ambiental, económico y social internos, no se logrará establecer el verdadero significado de la implementación de la norma.

Finalmente para el paso siete, un monitoreo que intervenga auditoria y revisiones ayudara en la toma de decisiones correctivas, asertivas y preventivas de inconvenientes a largo plazo evaluando el control de puntos críticos de la organización. La gestión de la empresa Desinfectantes Guayaquil en este paso se verá indiscutiblemente analizada, ya que después de cada monitoreo se establecerá qué tanto ha mejorado la empresa, los cambios que se han generado y la sostenibilidad que se ha forjado a partir del inicio de las actividades. Estableceremos también cuadros comparativos de las actividades antes y después de dicha implementación y la medición del nivel de madurez interno alcanzado. También se genera por consiguiente una evaluación del entorno, proveedores, competencia y usuarios y como dicha norma ha generado actitudes generales en la cadena de valor.

### **Breve Informe de la Reducción de Costos Alcanzada**

Podemos llegar a la conclusión que la inversión es una excelente propuesta en esta época en la que introducir tecnología es elemental, en el marco económico el patrimonio aumentaría y eso le daría más credibilidad a la empresa frente a las instituciones bancarias o gubernamentales. El retorno de la inversión se proyectó a un año con una ventaja en las utilidades de un incremento del 10% desde el primer año, aumentando paulatinamente durante los futuros cuatro años. Generando también una reducción de costos significativa a nivel de producción y una maximización de recursos al crear nuestro propio envase, el volumen de ventas se incrementó y a pesar de incluir el gobierno tasas arancelarias a bienes importados como el plástico en nuestro caso, no nos afectaría directamente. Definitivamente invertir en tecnología sería un gran paso

para la empresa y su entorno sin contar con los beneficios aledaños como la cooperación ambiental, etc.

## **Conclusiones**

Luego de hacer un análisis exhaustivo y de alcanzar el objetivo principal que fue el de diseñar una estrategia basada en responsabilidad social se puede llegar a varias conclusiones de diferente índole. De índole normativa, cada Estado posee sus leyes y normas, sin embargo, como principio a resaltar, la transparencia no es uno de sus pilares, como estado, tiene actividades primordiales y promover la RS no es una de ellas. Formar parte de organizaciones que intensifiquen la norma no es de carácter urgente. Aunque a pesar de no ser un país catalogado como desarrollado o “de primer mundo” si tiene organizaciones preocupadas por este tipo de implementación. La parte social posee leyes ambientales para las multas y sanciones pero no posee incentivos. La presión ejercida por este canal para el impulso de nuevas metodologías es baja, tanto que su regularización y buen uso no ha llegado a los niveles de empresas que inundan el mercado, como lo son las pymes. Moderadores para auditar, analizar y hacer seguimiento de las acciones que las pymes realizan conforme al aspecto social son mínimos. En resumen, el Estado, cuyo poder jurídico es indispensable para la solución de temas ambientales y sociales no está generando el impacto debido que forje cambios de mayor magnitud y alcance en nuestro país.

De acuerdo al campo operacional, cada empresa tiene sus principios, valores, facultades, técnicas, metodologías, entre otros muy individuales. Sin duda, sabemos que la generación de riquezas es uno de sus principales objetivos per sé. Sin embargo, al analizar a Desinfectantes Guayaquil, en su campo externo e interno (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) llegamos a la conclusión que es una empresa pymes, generando valor a la comunidad con la autenticidad de sus productos, una

empresa que no es legítima socialmente pero en vía de desarrollo. La parte normativa no colabora en su máximo pero aun así observamos que quiere ser partícipe de un movimiento de cambio. Al ser una empresa que distribuye insumos químicos es fácilmente observada y señalada como dañina al medio ambiente, y aunque es regulada por la CONSEP (Institución reguladora de sustancias estupefacientes y psicotrópicas) necesita certificaciones y nuevas implementaciones que fortalezcan su imagen ante el consumidor y sobretodo ser socialmente activo, ser un agente de cambio que estimule al resto de empresas vinculadas o no, del mismo sector económico a instituir y rediseñar sus operaciones, a brindarle una mejora a la calidad de vida de sus colaboradores, a incluir tecnología que incorpore nuevas plazas de trabajo y maximice recursos con el fin de lograr un desarrollo sostenible.

El carácter económico como antes mencionado es sin duda uno de los focos por los cuales una empresa se crea. Desinfectantes Guayaquil es una pyme en vía de desarrollo que busca continuamente integrar tecnología que coopere con el crecimiento global, de esta manera fortalecerá los valores e intereses de la compañía. Es por esta razón que se buscó el análisis de alguna implementación que favorezca la parte financiera pero avalada por algún tipo de norma que regule el correcto funcionamiento del esquema corporativo. Se llegó a la conclusión de aceptar la propuesta de incluir una nueva maquinaria que incorpore la producción de un envase de galón y en un futuro de litro. Se realizaron balances proyectados con datos actuales y se demostró que la inversión era efectiva en cuanto a costos. Luego surgió la propuesta de incluir un aval que nos garantice y certifique al consumidor que estamos tomando medidas y procesos beneficiosos para todos. Al ser una empresa manufacturera de insumos químicos se quiso reforzar la imagen e innovarla para destacar nuestros niveles de eficiencia y de

preocupación social. La idea de incluir el aspecto social era sin duda una ventaja frente al resto de oferentes.

El escenario Social va de la mano con todas aquellas decisiones que intervengan en la mejora de la calidad de vida del trabajador y de la comunidad. Continuando con la propuesta de la que mencionábamos en el aspecto social, el segundo paso era fundamentar la decisión de invertir en estos tiempos de crisis. El ISO 26000 permitió integrar ambas partes. A pesar de no ser un certificado, es una guía que voluntariamente se agrega al comportamiento empresarial. Se asocia con cada una de las actividades de los miembros de la cadena de valor y da como resultado un producto final que no solo genere renta sino también involucrado en el desarrollo social. Los usuarios y sus familias, los sectores vulnerables, los proveedores, la competencia, las instituciones públicas que también son nuestros clientes, todos forman parte integral de una comunidad.

El campo Ambiental como último aspecto es uno de los enfoques que más llama la atención y que, usuarios, proveedores, entre otros, identifican generalmente como responsabilidad social. Realmente debería ser una vista más amplia, ya que la responsabilidad social envuelve todos los parámetros antes mencionados. El impacto ambiental y la protección del medio ambiente forman parte de un desarrollo sostenible, pero no existe tal desarrollo sin la participación de organizaciones que se esmeren por cumplir normas de salud y bienestar ambiental. Este proyecto tiene como resultados mejoras económicas, sociales y esforzándose por continuar con lineamientos de ISO 26000, la gestión positiva que genere en el ambiente debido a la reducción de envases de plástico, se logrará perdurar los recursos no renovables.

Para finalizar este proceso, debemos tener en cuenta lo siguiente: es vital ser capacitadores de la organización, es decir, si queremos incorporar un nuevo modelo,

debemos ser pioneros y siempre estar prestos para brindar la información requerida por el reto del personal. Debemos procurar ser facilitadores, es decir crear grupos de trabajo, accesos mediante guías o recursos de información como mails con el fin de despejar alguna duda o solicitud de los colaboradores. Por último, nos corresponde ser vigilantes de las consultorías y seguimiento con respecto a la implementación de la estrategia recién gestionada.

## **Referencias Bibliográficas**

### **Libro Electrónico**

fernandez, j. l. (2012). *La Responsabilidad Social en el ambito de la crisis*. Madrid: Comillas.

### **Conferencia**

Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1992).

### **Documentos en Internet**

C.I.T.2016Degradación de los Materiales Plásticos

Constitucion de la Republica del Ecuador2008Legislacion Constitucional Relevante

Creocorp2006Cómo alinear los asuntos de la ISO 26000 con la gestión empresarial

Espinosa (2015) Estrategias de marketing

Globalstd (2013) *Principios de Responsabilidad Social*

ISO 26000 Una guia para la Responsabilidad Social de las Organizaciones

ISO2010Organización Internacional de Estandarizacion

Latorre,(2010) La Normalización de la Responsabilidad Social2010

Europeas (2001) Libro Verde - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas

FUNDAHRSE2014*Importancia de Responsabilidad Social*

Marco Antonio Alcerro2014Responsabilidad Social Empresarial

Maria Jose Garcia Lopez2004RSC Circulo virtuoso Rentabilidad-Medioambiente

Organización Internacional de EstandarizacionISO 26000 Responsabilidad Social

Registro Oficial Congreso NacionalLey de Seguridad Social

RES ISO 26000 Responsabilidad Social

Rivera( 2011) La organización: los stakeholders y la responsabilidad social

Ruth Lucio2011Sistema de salud de EcuadorQuitoSalud Publica Mex

Secretaría General IESS2011RESOLUCION ADMINISTRATIVA N°.- 12000000-536QuitoIESS

Soria (2014) 7 compromisos por un desarrollo sostenible

Universidad Tecnica Estatal de quevedo2014Barreras en la implementacion de la Responsabilidad Social

## ANEXO 1

**Tabla 1. Cuadro de Resumen del Flujo de Caja Proyectado 1**

DESDE AÑO 2008 A 2017 PROYECCION ANUAL						
	'0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO ANTERIOR		-	703.747,34	1.569.875,04	2.583.745,81	3.770.534,88
<b>FLUJO NETO</b>	<b>0</b>	<b>703.747,34</b>	<b>1.569.875,04</b>	<b>2.583.745,81</b>	<b>3.770.534,88</b>	<b>5.159.703,15</b>
<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>		<b>703.747,34</b>	<b>2.273.622,39</b>	<b>4.857.368,20</b>	<b>8.627.903,08</b>	<b>13.787.606,23</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

---