

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO, AMBIENTE Y TERRITORIO
CONVOCATORIA 2012-2014

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y
GESTIÓN EMPRESARIAL**

***PROPUESTA PARA INTEGRAR LAS PRÁCTICAS DEL ASOCIATIVISMO EN
LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS PYMES***

MARIA JOSÉ TORRES SOBREVILLA

JULIO 2015

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO, AMBIENTE Y TERRITORIO
CONVOCATORIA 2012-2014

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y
GESTIÓN EMPRESARIAL**

***PROPUESTA PARA INTEGRAR LAS PRÁCTICAS DEL ASOCIATIVISMO EN
LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS PYMES***

MARÍA JOSÉ TORRES SOBREVILLA

ASESOR DE TESIS: ALBERTO ACOSTA

LECTORES/AS: JUAN JOSÉ RUIZ

ROBERTA CURIAZI

JULIO 2015

DEDICATORIA

Este logro está dedicado a mi familia, a mis padres porque en ningún momento, a pesar de mis errores han dudado de mi, de mis capacidades y porque gracias a sus enseñanzas, palabras y ejemplo me demostraron que el que marca camino no es quien más dinero o títulos tiene sino quien aprende y crece de sus errores.

A mis hermanas quienes cada vez que decía “no puedo” y estaba a punto de retroceder me escribían mensajes y cartas y me recordaban quien soy y lo que valgo, a ellas:
Carlita y Belén por ser dulzura, locura y mis pies en la tierra.

AGRADECIMIENTOS

A Dios porque ha puesto en mi vida a las personas y los retos correctos en los momentos correctos, por la salud y la familia que nunca falla, por cada día vivido y por las oportunidades que me permite afrontar.

A mi familia por creer en mi locura y apoyar cada iniciativa y reto propuesto, a mis papitos Pepito y Laurita por haber cimentado en mi valores pero sobre todo por enseñarme a amar lo que hago y a esforzarme por lo que quiero, a mis dos luceros Carlita y Belén porque son el motor de mi vida, porque sus locuras alegran mi vida y porque sus sonrisas enriquecen mi alma.

A mi director de tesis Alberto Acosta porque exigió el 100% de mi en todo momento y no me permitió ser una más sino ser una excepción, porque sus consejos y guías retaban mi zona de confort y me recordaban a mi misma mis fortalezas y competencias.

A mis amigos y familia por estar en cada momento de mi vida y ser ese consejo, abrazo o jalada de orejas necesaria y al universo que conspiró para que este reto se haga realidad.

ÍNDICE

Contenido	Páginas
INDICE DE GRÁFICOS	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN	11
CAPÍTULO I.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 Justificación de la investigación.....	12
1.2 Definición del problema.....	13
1.3 Delimitación del problema.....	14
CAPÍTULO II.....	17
HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE LA TESIS	17
2.1 Hipótesis de la tesis	17
2.2 Definición de los objetivos.....	17
2.2.1 Preguntas de investigación	17
2.2.2 Objetivo general.....	17
2.2.3 Objetivos específicos.....	17
CAPÍTULO III	18
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
3.1 Métodos y metodología del análisis	18
3.1.1 Identificación del marco teórico	19
3.1.2 Delimitación del campo de estudio.....	19
3.1.3 Identificación de las prácticas de las organizaciones asociativas	19
3.1.4 Elaboración de la propuesta.....	19
3.2 Fuentes de la información	20

CAPÍTULO IV	21
MARCO TEÓRICO.....	21
4.1 El Asociativismo: inicios y prácticas	21
4.1.1 Primeras prácticas en América.....	23
4.1.2 El asociativismo en la modernidad	24
4.1.3 El asociativismo y cooperativismo en el Ecuador	26
4.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE): inicios y prácticas	29
4.2.1 Etapas de la Responsabilidad Social Empresarial.....	31
4.2.2 Iniciativas mundiales.....	33
• Pacto Global	33
• Norma ISO 26000.....	34
• Iniciativa del Reporte Global (Global Reporting Initiative)	35
• Libro Verde	35
4.2.3 Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador	36
4.3 Asociativismo y Responsabilidad Social Empresarial.....	39
4.4 Evidencia empírica	68
4.4.1 Revisión de experiencias nacionales e internacionales	68
CAPÍTULO V	70
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	70
CAPÍTULO VI	87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFIA	97
ANEXOS.....	101
Entrevista Cerro Azul.....	101
Entrevista Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica de Manabí FECAFEM	112

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Grupos de Interés	37
Gráfico 2. Áreas de rendición de cuentas.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principios Pacto Global	34
Tabla 2. Resumen Indicadores Ceres- Ethos 2010	38
Tabla 3. Principios del Asociativismo relacionados con indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial.....	61
Tabla 4. Principios del asociativismo e indicadores de la RSE excluidos de la investigación.....	67
Tabla 5. Resumen prácticas sugeridas para la gestión socialmente responsable PYMES	85

INTRODUCCIÓN

“Es verdad que se ha considerado por mucho tiempo que los objetivos económicos y sociales son distintos y a menudo compiten entre sí. Pero ésta es una dicotomía falsa. Representa una perspectiva cada vez más obsoleta en un mundo de competencia abierta basada en el conocimiento. Las empresas no funcionan aisladas de la sociedad que las rodea. De hecho, su habilidad para competir depende considerablemente de las circunstancias de los lugares donde operan.”
(Porter y Kramer, 2002)

El sector empresarial y las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria han sido tratadas y entendidas como antagónicas, perdiendo grandes oportunidades de aprendizaje y cohesión en el desarrollo no sólo económico o competitivo sino también social. Tanto las organizaciones del sector empresarial como las de la Economía Popular y Solidaria están formadas por distintos tipos de “actores” entendidos como: accionistas, clientes, comunidad, sociedad, proveedores, medio ambiente, entre otros. Sin importar los actores que las conforman, el éxito tanto de las empresas como de las organizaciones está definido no sólo por sus resultados económicos sino por las interacciones que se desarrolle entre éstas.

Sin embargo y por la naturaleza por la que nacen las empresas y las asociaciones, el tipo de relación que han ido construyendo con sus “actores” ha sido particular y característico. En el ámbito empresarial, la historia narra una relación unilateral, impositiva y, en varias etapas de su historia, podríamos afirmar que incluso destructiva con sus trabajadores, sociedad y medio ambiente. Mientras que en las asociaciones esta relación ha sido más participativa, cooperativa y sostenida, procurando el bien común de y con sus “actores”.

Por sus antecedentes, el sector empresarial se ha visto expuesto a cumplir con determinadas normas, leyes y regulaciones obligatorias para su funcionamiento. Siendo objetivo de organizaciones mundiales y locales que promueven una gestión responsable por parte de los empresarios. Actualmente esta tendencia mundial es conocida como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que propone una gestión consciente, responsable y comprometida con los impactos que generan las empresas con cada uno de sus “actores”.

La gestión responsable se ha transformado en un requisito para la permanencia de las empresas en el mercado, debido a que cada vez los “actores” demandan transparencia,

participación y respeto en las prácticas empresariales. La globalización y las redes sociales facilitan la circulación de una noticia por todo el mundo en apenas minutos, si un “actor” no siente satisfacción con una empresa puede empezar una campaña nociva contra ésta y afectar seriamente su reputación, esto exige a los empresarios transparencia y responsabilidad en su gestión.

Por otro lado, las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria nos demuestra que el involucramiento de sus “actores” y su grado de participación en el cometido de la asociación, ha permitido contar con prácticas y estrategias que apalancan un crecimiento y posicionamiento significativo en el mercado nacional e internacional. Estas relaciones surgen de una conciencia sobre la importancia y necesidad de crear redes de colaboración y reciprocidad para el cumplimiento de un objetivo común, más que por la exigencia de un mercado o sector específico.

Considerando estas premisas, podemos afirmar que sin importar el fin con el cual nace una empresa privada o una organización de la Economía Popular y Solidaria, ambas requieren de redes e interacciones funcionales entre sus “actores” que faciliten y potencialicen su progreso y desarrollo. La estrategia que seleccione cada una para cooperar y gestionar con sus grupos de “actores”, definirá su permanencia, y competitividad en un mercado que cada vez apunta a servicios y productos responsables y sostenibles

La presente investigación pretende estudiar las prácticas que el asociativismo ha desarrollado en la relación con sus “actores”, y de esa manera, con la información obtenida proponer estrategias para la aplicación de la Responsabilidad Social empresarial con sus respectivos grupos de interés.

Partiremos del planteamiento del problema que a través de la hipótesis y objetivos de la tesis serán confirmados o descartados de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación. Sustentaremos el estudio en base a dos temáticas la Responsabilidad Social Empresarial y el asociativismo entendidos desde sus inicios hasta sus últimas tendencias para finalmente elaborar la propuesta en mención.

RESUMEN

El presente estudio pretendió conocer si las prácticas desarrolladas por el asociativismo con sus “actores” podrían ser consideradas como iniciativas en un plan de acción para la gestión socialmente responsable de las pequeñas y medianas empresas, para lo cual se estableció dos objetivos principales que guiaron a la investigación

En primera instancia se estableció la relación entre el asociativismo y la Responsabilidad Social Empresarial a través del estudio y análisis teórico de los principios y lineamientos definidos en cada una de estas tendencias. Posteriormente se corelacionó los ocho principios del asociativismo determinados por la Ley de Economía Popular y Solidaria de nuestro país con los indicadores de RSE determinados de igual manera por el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.

Con esta información y a través de entrevistas a las organizaciones asociativas Cerro Azul y FECAFEM se determinó las prácticas que cada una de estas organizaciones ha desarrollado con sus “actores” y cuáles de éstas se podrían aplicar en la implementación de la RSE de pequeñas y medianas empresas, generando la propuesta a continuación desarrollada.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Justificación de la investigación

En la actualidad las estrategias empresariales ya no apuestan únicamente a la eficiencia operacional o a la calidad de servicios y productos. Estos aspectos ya no representan el único valor agregado, hoy en día las bases para asegurar la existencia de cualquier empresa abarcan aspectos sociales, impactos ambientales e incluso aspectos de equidad de género y gestión responsable en sus prácticas de elaboración de productos y sus relaciones con la comunidad, proveedores, clientes y la naturaleza.

Esta tendencia e interés por parte de los clientes y distintos grupos ha generado que los mercados demanden mayor conciencia empresarial por el cuidado, desarrollo y sostenibilidad ambiental y social, al igual que por la transparencia en la información y su acceso. Es así como las preferencias de los clientes, de la sociedad e incluso de los proveedores o potenciales accionistas valoran estas prácticas y tienen mayor relevancia al momento de calificar a una empresa o decidirse por sus productos y servicios

Durante mi experiencia laboral en el sector empresarial, he aprendido que el éxito de cualquier proyecto, iniciativa y gestión depende de la mayor cantidad de información de calidad con la que se pueda contar. Esto implica partir de un mapeo de todas y cada una de las interacciones que se generen con su desarrollo, creando relaciones, redes y canales de comunicación que permitan conocer los puntos de vista y criterios de todos los involucrados, incluso de aquellos que en primera instancia no parecen tener un papel o función en el proyecto. Podemos relacionar esta reflexión con la importancia de las redes de colaboración y reciprocidad que las empresas deben generar con sus “actores”, la información que ellos proporcionan es de suma importancia para su gestión, sin ellos la empresa no será sostenible en el tiempo.

Con ambas premisas y durante el estudio de la materia Economía Social y Solidaria, surgieron en mi dos inquietudes: ¿Por qué el asociativismo ha logrado desarrollar prácticas con sus “actores” de tal manera que su compromiso les ha permitido posicionarse en mercados nacionales e internacionales, sin conocer o mencionar a la Responsabilidad Social

Empresarial? y ¿Por qué el sector empresarial con toda la información, guías, proyectos y tendencias actuales de una gestión socialmente responsable no ha logrado desarrollar prácticas que permitan apalancar este compromiso y reconocimiento?.

Encontrar estas respuestas inicialmente parecía fácil, a mi criterio el porqué de ambas preguntas radica en la naturaleza y la razón de ser de cada una. Las empresas tienen como finalidad lucrar, identificar o crear una necesidad, satisfacerla y beneficiarse económicamente de ésta; mientras que las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria nacen de la necesidad de producir y competir en un mercado monopolizado que ha aislado a los pequeños y medianos productores llevándolos a una competencia injusta e incluso discriminatoria. Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria surgen como respuesta a una necesidad en común volviéndose una acción colectiva que reproduce vida mientras que las empresas privadas reproducen el capital.

Al responder estas preguntas comprendí que la responsabilidad social depende del grado de madurez de la empresa, así como del nivel de conciencia de sus directivos sobre la importancia de las relaciones con sus grupos de interés. Haciendo de su gestión responsable un valor corporativo vivencial, no una estrategia de marketing o publicidad. La pregunta ahora se planteaba en: ¿Cómo las empresas pueden transformar el conocimiento que posee sobre RSE en acción?, consideré, entonces, investigar las iniciativas de una de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, que me permita identificar las prácticas que han desarrollado con sus “actores” y poder realizar una propuesta de prácticas reales para las empresas que quieren incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial, facilitando a la directiva empresarial un plan de acción con sus grupos de interés, convirtiendo su gestión social responsable más que intenciones en acciones con todos sus actores medio ambiente, clientes internos y externos, proveedores, comunitario y con el Estado.

1.2 Definición del problema

La responsabilidad social empresarial sugiere aspectos a considerar en la gestión de las empresas, si bien proporciona lineamientos generales de acción no establece estrategias concretas para su implementación y desarrollo, es decir, define el QUÉ más no el CÓMO, lo cual limita a las empresas el generar acciones reales y exitosas en su intento de ser socialmente responsables. Esto ha direccionado a las empresas a desarrollar a su

conveniencia planes de acción que en la mayoría de veces quedan en intenciones y convierten a la RSE en filantropía y caridad social.

Si una pequeña o mediana empresa decide incursionar en la RSE encontrará tendencias, ideas e incluso proyectos sugeridos por empresas multinacionales que invierten cantidades considerables de dinero en actividades que suponen aportan con la sociedad y con el medio ambiente, sin embargo no garantizan una gestión realmente responsable y sostenible. Es así como las pequeñas y medianas empresas podrán entender el QUÉ sugiere y pretende la RSE más no el CÓMO ejecutarla en la vida real y convertirla en una ventaja competitiva.

Por otro lado si estudiamos al asociativismo, organización de la Economía Popular y Solidaria, encontramos una interesante administración e iniciativa en las relaciones con sus “actores”, con resultados importantes que apalancan el cumplimiento de sus objetivos. Esta interacción parte de la filosofía con la que es concebida la asociación y que en un momento determinado, a pesar de no ser considerado así, se convierte en una estrategia. Podríamos afirmar que las prácticas de las asociaciones sugieren un CÓMO establecer las relaciones con los actores y hacer de esta interacción un valor más que agregado, indispensable en el éxito de la asociación.

Con esta consideración, la investigación busca relacionar el QUÉ determinado por las tendencias de la RSE con el CÓMO definido y puesto en práctica en las asociaciones, de manera que las empresas hagan de la filosofía una práctica real y exitosa en su gestión. La propuesta pretende facilitar o sugerir estrategias a las empresas que incursionan en la RSE como una convicción de gerenciamiento de manera práctica y basada en prácticas reales y concretas dadas en el asociativismo.

1.3 Delimitación del problema

Como se mencionó anteriormente, la presente investigación tiene como objetivo sugerir las prácticas que tienen las asociaciones como propuesta en la gestión de la Responsabilidad Social de pequeñas y medianas empresas. Por consiguiente el presente trabajo estudia las prácticas que la asociación Cerro Azul y la Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica de Manabí FECAFEM han desarrollado en las relaciones

con sus socios, medio ambiente y comunidad y les ha permitido posicionarse en mercados internacionales. Se menciona a continuación generalidades de ambas organizaciones

Cerro Azul “nació como un proyecto de desarrollo agroecológico auto gestionado y autosustentable, en la microcuenca del río Chaguana” (Página Web Cerro Azul, 2011), constituyéndose jurídicamente en el 2008 como asociación. Nace de la necesidad de equilibrar las condiciones de comercialización de banano de pequeños productores que eran marginados por intermediarios que limitaban su posicionamiento en el mercado. Sus lineamientos, prácticas y objetivos responden al beneficio de sus socios regidos a través de las prácticas y principios del Comercio Justo. A través de la organización y la capacitación técnica de los pequeños productores se certifica y califica la calidad del banano orgánico y convencional a exportar en mercados internacionales como Estados Unidos y Europa. (Wilson Cabrera, entrevista, 2014).

Cerro Azul “brinda servicios y asistencia técnica de calidad y eficiente a los productores y sus familias, para lo cual cuentan con personal capacitado y una infraestructura propia y apropiada para incrementar la productividad en las fincas, la diversificación y la comercialización de productos orgánicos y convencionales así como el cumplimiento de los derechos de sus trabajadores” (Página Web Cerro Azul, 2011). Está ubicado en la Provincia de El Oro, Cantón Pasaje, con un total de 147 socios. En cuanto a su producción cuenta con un total de 39000 cajas de producto orgánico y convencional. (Wilson Cabrera, entrevista, 2014)

FECAFEM se constituye en el 2004, “reúne a los productores de cinco organizaciones de base de los cantones 24 de Mayo, Olmedo, Jipijapa y Pajan [...] que producen café orgánico, y convencional.” (Página Web Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, s/f). Nace de la necesidad de potencializar a los productores para incursionar y competir en el mercado ante los precios que establecían los intermediarios, la Federación a través de asesorías permanentes y las prácticas del Comercio Justo ha logrado fortalecer a los pequeños productores y posicionarlos en el mercado nacional e internacional. (Lucrecia Alcívar, entrevista, 2014). Su objetivo es proporcionar a los pequeños productores los lineamientos técnicos y comerciales para mejorar su producción y productividad al igual que sus condiciones de vida.

FECAFEM está ubicado en la Provincia de Manabí, Portoviejo, está conformada por 5 asociaciones, con un total de 375 socios y su producción es de 1200 quintales de café orgánico destinado a mercados internacionales como la Unión Europea y la producción de café convencional hacia Estados Unidos y Canadá. (Lucrecia Alcívar, entrevista, 2014).

Dado que se pretende identificar las prácticas de las asociaciones para sugerirlas como propuesta en la aplicación de la RSE, se establecerá una relación entre el asociativismo y la RSE. Del análisis de las teorías e información recopilada nacen los objetivos y las hipótesis del presente trabajo expuestos en el siguiente apartado.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE LA TESIS

2.1 Hipótesis de la tesis

La hipótesis que guió la presente investigación es:

Las prácticas desarrolladas por el asociativismo con sus “actores” pueden ser consideradas como iniciativas en un plan de acción para la gestión socialmente responsable de las pequeñas y medianas empresas

2.2 Definición de los objetivos

2.2.1 Preguntas de investigación

- ¿Se puede establecer una relación entre el asociativismo y la Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Qué prácticas del asociativismo podrían ser aplicadas en la gestión socialmente responsable de las pequeñas y medianas empresas?

2.2.2 Objetivo general

Conocer si las prácticas desarrolladas por el asociativismo con sus “actores” pueden ser consideradas como estrategia en la gestión de la responsabilidad social de las PYMES y su aplicabilidad.

2.2.3 Objetivos específicos

- Establecer una relación entre el asociativismo y la Responsabilidad Social Empresarial
- Relacionar las prácticas del asociativismo con los principios de la RSE y su aplicabilidad en la gestión de las PYMES

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para determinar el CÓMO las empresas pueden incursionar en una gestión socialmente responsable mediante prácticas desarrolladas por las asociaciones, iniciamos la investigación aclarando las bases que sustentan al asociativismo y a la RSE de una manera conceptual, es decir, a través de conceptos, definiciones y tendencias.

Este análisis permitió cumplir el primer objetivo planteado al establecer una realación entre el asociativismo y la RSE, por lo que se definió una propuesta en la cual se relacionaron los principios del asociativismo con los indicadores de la RSE, explicando su concordancia y justificando aquellos indicadores y principios excluidos.

Con la relación establecida, se generaron preguntas que guiaron las entrevistas a los líderes de Cerro Azul y FECAFEM, enfocadas básicamente a conocer las prácticas que cada organización ha desarrollado para asegurar que estos principios se cumplan y cómo éstas han facilitado el éxito y la sostenibilidad de la asociación. Las preguntas trataron los principios del asociativismo relacionados como el consumo justo y responsable, la equidad de género, el respeto a la identidad cultural y la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas. En consecuencia la metodología propuesta se basó en entrevistas y búsqueda de información que permitieron alcanzar el cumplimiento de los objetivos planteados, tanto la relación entre el asociativismo con la RSE como las prácticas aplicables a las pequeñas y medianas empresas.

La investigación se clasificó en bibliográfica documental con el propósito de recopilar información tanto bibliográfica, opiniones y criterios de las personas que están involucradas en el cumplimiento de la Economía Popular y Solidaria. Así también se realizó investigación de campo, visitando las asociaciones seleccionadas.

3.1 Métodos y metodología del análisis

Se definen las siguientes fases de investigación realizadas con el objetivo de obtener información cualitativa sobre las prácticas que las asociaciones seleccionadas han desarrollado para garantizar el cumplimiento de los principios del asociativismo como referentes para la RSE:

3.1.1 Identificación del marco teórico

Se recabó información concerniente al asociativismo en nuestro país a través información emitida por fuentes oficiales y funcionarios de organismos y entidades relacionadas con el tema.

Adicionalmente, se utilizó diversas fuentes de información como artículos de revistas en línea, estudios universitarios, y páginas web con el fin de obtener información valiosa que contribuya a la investigación

3.1.2 Delimitación del campo de estudio

Una vez establecido el comparativo teórico se delimitó el campo de estudio seleccionando a la asociación Cerro Azul y a la FECAFEM por estar constituidas como organizaciones de la Economía Popular y Solidaria respondiendo a los lineamientos del asociativismo. Otro factor para la delimitación del campo de estudio fue la sugerencia de Lorena Muñoz quien afirmó que ambas organizaciones cuentan con una participación activa en mercados internacionales siendo conocidas por la calidad de sus productos y las prácticas desarrolladas con sus socios.

3.1.3 Identificación de las prácticas de las organizaciones asociativas

Con la matriz comparativa entre los principios del asociativismo y los indicadores de la RSE se definieron preguntas para conocer cómo la asociación cumplía con cada principio y las prácticas que realizan para garantizarlo. Posteriormente se concretaron visitas a ambas organizaciones para entrevistar a representantes que facilitaron estas respuestas. Las visitas proporcionaron información real de las prácticas que los funcionarios afirmaron ya que se pudo conocer y conversar con socios, proveedores y colaboradores de Cerro Azul y FECAFEM.

3.1.4 Elaboración de la propuesta

De la información obtenida se alineó cada práctica a los principios seleccionados del asociativismo y por ende a los indicadores de la RSE que fueron inicialmente comparados.

En consecuencia se analizó la aplicabilidad de cada práctica a los indicadores de la RSE según su definición.

3.2 Fuentes de la información

La fuente de información de la investigación será primaria ya que la metodología propuesta sugiere el levantamiento de datos de manera directa con personas entendidas del tema así como representantes de asociaciones. Las técnicas a utilizar fueron investigación bibliográfica y entrevistas que facilitó información cualitativa y de primera mano como prácticas y casos reales de la gestión de las asociaciones. La participación de representantes de la asociación fue indispensable para obtener información cualitativa, no sólo en temas que construyen estas prácticas, sino también en oportunidades de mejora.

CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO

De la investigación realizada se recopiló información de varios autores sobre el asociativismo y la Responsabilidad Social Empresarial, con la que se construyó la historia, evolución y función actual del asociativismo y RSE expuesto a continuación.

Para el cometido de la investigación es necesario entender en primera instancia al asociativismo y a la RSE de manera independiente, por lo en el marco teórico se trata por separado la información recopilada.

4.1 El Asociativismo: inicios y prácticas

De la información consultada, se ha decidido tomar como referencia lo expuesto por el Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo en su publicación titulada “Economía Social y Solidaria: el escenario de la mutualidad”

Esta publicación consolida criterios de autores representativos en la Economía Social y Solidaria como José Luis Coraggio, José Luis Monzón, Benoit Lévesque, entre otros, y la participación conjunta de profesionales y catedráticos del Instituto.

Partiremos de la definición que el Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo da sobre el cooperativismo y el asociativismo:

Las cooperativas: son asociaciones autónomas de personas, unidas voluntariamente, para atender a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, a través de una empresa colectiva y democráticamente controlada. Estas instituciones son organizaciones económicas que desarrollan su actividad teniendo en cuenta un conjunto de principios directrices [...].(Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 05)

Las organizaciones asociativas tienen formas jurídicas muy variadas y se pueden presentar en entornos más o menos favorables a su desarrollo. En general las asociaciones están atravesadas en general por una dinámica de organización para un colectivo y orientadas por objetivos vinculados al bien común. La característica que las distingue es que no persiguen una ganancia con fines de enriquecimiento individual. (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 06)

Si bien esta definición responde a la visión actual de una práctica de la Economía Social y Solidaria, podemos encontrar que los orígenes del asociativismo surgen varios siglos atrás reforzando este objetivo de bien común.

En la historia económica el concepto de solidaridad, como lo afirma Marcos Arruda en la publicación “Economía Social y Solidaria”, surge como una: “[...] reacción a la cultura de egoísmo, del individualismo, del mito del *homo economicus*. Se acerca al concepto de fraternidad y busca conciliar la libertad y la igualdad” (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 14), nace como necesidad de generar mutualidad no sólo con quienes presentan una necesidad puntual y se asocian o relacionan para satisfacerla sino como respuesta a los lazos afectivos y relaciones poderosas generadas por comunidades identificadas por características comunes y la desigualdad que en la historia los ha identificado.

La recopilación que realiza el Instituto ejemplifica las iniciativas que se han presentado a lo largo de la historia, en las distintas culturas y épocas como prácticas colectivas con fines en común y cuyo principio rector la reciprocidad, así lo afirma Paulo Peixoto de Albuquerque en la publicación (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo: 15).

Mencionamos a continuación varias de las prácticas colectivas mencionadas en la publicación en sus páginas 15 a 17, información cotejada con otras fuentes de investigación:

- Culto a los dioses y honra a los muertos.- Kahun- Egipto, servicios funerarios a los miembros de una asociación. Hace más de 4500 años.
- Protección mutua.- Río Nilo- Egipto, ayuda y colaboración en caso de inundaciones y catástrofes climáticas. 3000 A.C.
- Fines religiosos, profesionales y políticos.- Roma, colegios de artesanos y “sodalitia” organizaciones independientes de carácter inicialmente religioso y posteriormente político. Inicios siglo V A.C.
- Actividades en común.- países germánicos y anglosajones, Guildas (siglo IX) y gremios de carácter fraternal, comparten una actividad en común: artesanos, comerciantes, campesinos, pintores entre otros. Siglos XI al XIV.
- Asistencia mutua y fines espirituales.- Europa, Cofradías, se caracterizaban por su labor de ayuda, asistencia y caridad. Inicios siglo XI.

4.1.1 Primeras prácticas en América

El Instituto de Formación también hace referencia a las primeras prácticas de asociativismo en América precolombina, entre las que se halla:

- Actividades en común.- Cultura Azteca “Calpulli”, Cultura Inca “Ayllu” eran formas de organización agraria en la que sus miembros trabajaban la tierra, construcción del sistema de riego, combatir catástrofes naturales como plagas.
- Cooperación y socorro.- “Ayni” Comunidad Aymará en Bolivia, práctica actual de reciprocidad y trabajo en conjunto para ayudar a los miembros de la comunidad, ayuda que será recompensada en el futuro con trabajo.
- Actividades sociales y lúdicas.- Río de la Plata, Sociedades Africanas, organizaciones de esclavos. Sus prácticas inicialmente tenían fines lúdicos y culturales, posteriormente prestaban servicio de manutención a sus socios.

Sandra Casanova menciona también varias formas de cooperación en América Precolombina en su presentación sobre el Cooperativismo Básico:

- La “minga”.- organización de trabajo colectivo con carácter agrícola o de construcción para el bien de la comunidad. Práctica actual en varias comunidades de América latina.
- El “waki”.- organización de carácter agrícola, en el que dividían la cosecha por surcos para su cultivo.
- La “faeba”.- organización de trabajo común realizado en la mañana y tarde para el beneficio de la comunidad
- El “choco”.- organización para la construcción de viviendas
- El “pasanacú”.- fondo común cuyo objetivo es ayudar a miembros de la comunidad que tengan necesidades puntuales o calamidades domésticas.

Alberto Acosta menciona de igual manera otras prácticas indígenas como: maquipurarina, maquimañachina, ranti-ranti, uniguilla, uyanza, chucchina, que a pesar de ser prácticas ancestrales aún en la actualidad son fuente de ejemplo de producción e intercambio, para Acosta “[s]u connotación y vigencia podrían ser analizadas y hasta recuperadas si lo que se

quiere es potenciar las raíces culturales de una sociedad tan diversa y culturalmente rica como la ecuatoriana” (Acosta, 2010: 26), a pesar de ser prácticas heredadas y muchas de éstas ancestrales se mantienen en lo largo de la historia porque reflejan el sentido de comunidad, entendiéndola como “[el] grupo de seres humanos que comparten elementos en común, como idioma, costumbres, ubicación geográfica, visión del mundo o valores [...]” (Definición. De, 2008), y que tienen pertenencia entre cada uno de los grupos de la comunidad, generando una identidad y relación social y comunal en la que cada miembro vela por el bienestar del otro, esta relación les ha permitido enfrentar no solo las desigualdades sino también las dificultades para hacer cumplir derechos y ser escuchados.

4.1.2 El asociativismo en la modernidad

La historia evidencia prácticas remotas del asociativismo, sin embargo éste toma mayor énfasis y desarrollo a finales del siglo XIX en el que se desarrolla la Revolución Industrial, con el advenimiento del liberalismo económico. En la investigación realizada por el Instituto de Formación y capacitación se menciona que “las asociaciones de gremiales de artesanos y campesinos eran desarticuladas, reconvirtiéndose sus miembros en fuerza de trabajo ‘apta’ para las fábricas” (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 18).

Las condiciones bajo las cuales los trabajadores realizaban su trabajo eran deplorables, los salarios insuficientes para cubrir las necesidades de los empleados y sus familias, las plazas de trabajo disminuían con la acelerada industrialización y el inadecuado gerenciamiento de los empresarios generaba prácticas hostiles con los trabajadores, sociedad y medio ambiente.

Con estas premisas, las organizaciones asociativas enfatizan su objetivo de bien común y toman mayor posicionamiento en la sociedad. Sus objetivos se centran en la protección, contribución solidaria y ayuda mutua, convirtiendo a sus miembros en verdaderos actores sociales. Surgen inicialmente para proteger a trabajadores enfermos, discapacitados o a sus familias ante la muerte de uno de ellos. Posteriormente estas organizaciones asociativas fueron conocidas como las mutuas, sindicatos entre otros, “introduciendo la figura de seguridad social [...] Así comenzaron a otorgarse pensiones de jubilación obligatoria y sistemas de seguridad social para la prevención de enfermedades y accidentes destinadas a los trabajadores” (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 19).

Sin embargo la Revolución Industrial también causó efectos en América Latina, que recibía a varios inmigrantes de estratos sociales humildes expulsados por sus países natales por el creciente industrialismo. Se puede mencionar el caso de Argentina que empleaba a inmigrantes en su producción agropecuaria que también se desarrollaba “bajo un régimen explotador y sin recurso a una legislación protectora del trabajo” (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 20).

Surgen así, las primeras asociaciones en Argentina cuyas características de asociación respondían a oficios en común o afinidad de origen, “sus propósitos eran: fortalecer sus sentimientos patrióticos y conservar su identidad, brindarse ayuda económica frente a ciertas contingencias (despido, detención injustificada, enfermedad, invalidez)” (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo, s/f: 21)

En la actualidad el asociativismo es considerado como una de las prácticas de la Economía Social y Solidaria (ESS), dentro de los autores que confirman esta premisa, encontramos a Luis Coraggio quien menciona:

Las organizaciones de la economía social pueden ser denominadas “empresas”, pero no son empresas capitalistas “con rostro social, o humano”. Su lógica es otra: contribuir a asegurar la reproducción con calidad creciente de la vida de sus miembros y sus comunidades de pertenencia o, por extensión, de toda la humanidad. Su gobierno interno se basa en la deliberación entre miembros que tienen cada uno un voto, pero admite la división del trabajo, sistemas de representación y control de las responsabilidades. No están exentas, sin embargo, de desarrollar prácticas que conspiran contra los valores trascendentes o los objetivos prácticos declarados, pero desde el inicio se autodefinen como “sin fines de lucro”, lo que no las vuelve anticapitalistas, pero sí no-capitalistas (Coraggio, 2011: 38).

Parte fundamental de las actividades económicas entendidas como asociaciones es la ética con la cual se desarrolla su actividad, siendo sus principios acordes a los de la Economía Social y Solidaria. El Consejo Valón de Economía Social (CWES) de Bélgica propone los siguientes principios de las sociedades, cooperativas y asociaciones (Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo: 07-08):

- Finalidad de Servicio a los miembros.- referente al interés común de determinada actividad.

- Autonomía de gestión.- gestión realizada por los miembros asociados guiados por los lineamientos previamente definidos.
- Proceso de decisión democrática y primacía de las personas.- democracia igualdad en los proceso de participación y decisión.
- Primacía de las personas y del trabajo sobre el capital en el reparto de los excedentes.- el reparto del excedente que está determinado por el porcentaje de participación de los socios.

Sandra Casanova en su presentación Cooperativismo Básico, define siete principios cooperativos enfocados de igual manera que el Consejo Valón a la formación, gestión y práctica de asociaciones, cooperativas y mutualidades:

- Membrecía abierta y voluntaria
- Control democrático de sus miembros
- Participación económica de los miembros
- Autonomía e independencia
- Educación, entrenamiento e información
- Cooperación entre cooperativas
- Compromiso con la comunidad

Como se puede identificar tanto los principios detallados por el Consejo Valón y Sandra Casanova refieren una igualdad de participación, democracia, autogestión y desarrollo sostenible.

4.1.3 El asociativismo y cooperativismo en el Ecuador

Si bien la publicación del Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo hace una diferenciación entre el asociativismo, mutualismo y cooperativismo, la investigación realizada sobre el asociativismo en nuestro país detona un entendimiento similar en estas tres prácticas de la Economía Social y Solidaria.

Por lo que se ha considerado la publicación *El cooperativismo en el Ecuador: antecedentes históricos, situación actual y perspectivas*, del investigador Giuseppina Da Ros de la Universidad Católica del Ecuador (PUCE).

Da Ros menciona que al igual que otras prácticas desarrolladas en América precolombina en el antiguo Quito se evidenciaron prácticas de asociativismo y cooperación como: minga, trabajo mancomunado, cambio manos entre otras, cuyo objetivo era llevar a cabo tareas de bien común y agrarias (Da Ros, 2004). La autora define tres épocas fundamentales en el movimiento cooperativo del país:

- Primera época.- surgen en Quito y Guayaquil, organizaciones artesanales y de auxilio, siglo XIX.
- Segunda época.- se da a partir de 1937, surge la primera Ley de Cooperativas “con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa” (Da Ros , 2004: 2)
- Tercera época.- se da a mediados de los años 70's, surge con dos leyes: Reforma Agraria (1964) y Ley de Cooperativas (1966).

Si bien cada una de las etapas presenta una característica específica en las asociaciones y cooperativas que se formaban, existía una particularidad entre las ciudades de Quito y Guayaquil que la autora la rescata de la siguiente manera:

En la conformación de gran parte de las organizaciones mutualistas guayaquileñas estuvieron involucrados sectores de la pequeña burguesía, vinculados al partido liberal, por un lado, y algunos inmigrantes anarquistas y socialistas por el otro [...] Por el contrario, en la Sierra, fue la Iglesia Católica la que jugó un papel fundamental en la organización de los sectores populares. (Da Ros, 2004: 3)

De igual manera los objetivos que promovían su organización respondían a “contribuir al mejoramiento social, moral e intelectual de sus asociados mediante la ayuda mutua” (Da Ros, 2004: 3). Actualmente existen varios sectores en los cuales el asociativismo y el cooperativismo forman parte activa, la autora los menciona:

- Consumo.- organizaciones para vivienda urbana
- Servicios.- organizaciones de transporte terrestre
- Crédito.- organizaciones de carácter de ahorro y crédito
- Producción.- organizaciones de agricultura, ganadería, comercialización entre otros.

Las primeras asociaciones presentes en nuestro país fueron:

- La Asociación de Agricultores del Ecuador:
 Institución de defensa económica creada en Guayaquil, en 1914 por productores y exportadores de cacao. Entre los principales objetivos [...] cabe destacar los siguientes: levantar y sostener el precio del cacao [...], mejorar sus cultivos y rendimientos; y, buscar nuevos mercados de venta, alternativos a los tradicionales. (Da Ros, 2004: 21).
- La Sociedad Nacional de Agricultores en la Sierra, grupos de latifundistas de las de Pichincha, Imbabura y lo que actualmente es Cotopaxi, quienes
 [promovieron], a partir de 1922, la conformación de una sociedad cooperativa de producción y crédito agrícola, denominada ‘Cooperativa Agrícola Ecuatoriana’, para, ‘satisfacer las más premiosas necesidades de la agricultura ecuatoriana [...]’(Da Ros, 2004: 22).

En la actualidad existen varias organizaciones que responden a cooperativas y asociaciones bajo los principios y lineamientos de la Economía Social y Solidaria, sin embargo el estudio de la presente disertación estuvo enfocado únicamente a las prácticas asociativas presentes en el país. “Los sectores financiero y no financiero de la economía popular y solidaria están conformados por: cooperativas, asociaciones, organizaciones comunitarias y mutualistas. Son entidades de gestión democrática, tiene personería jurídica de derecho privado e interés social” (Guía informativa de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, s/f: 2).

De acuerdo a la información proporcionada en la página web de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, hasta el 24 de noviembre de 2014, se registraron según el catastro de organizaciones de la economía popular y solidaria, 1200 cajas y bancos comunales, 946 cooperativas de ahorro y crédito, 2441 cooperativas no financieras y 3737 asociaciones. (Guía informativa de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, s/f: 5).

En base a la guía informativa en mención, la Economía Popular y Solidaria se destaca por:

- **La igualdad.**- tanto en la propiedad como en la gestión, cada socio o miembro tiene iguales aportes. Un socio tiene un voto. Todos tienen el mismo derecho como personas, y no el capital o dinero que poseen en la organización. La propiedad es común. La autoridad es de todos por lo que el poder se comparte.
- **El trabajo sobre el capital.**- [...] los objetivos son: dar trabajo a todos sus miembros, lograr el bienestar y el buen vivir de todos. Es decir, el ser humano es primero, antes que el capital.
- **La propiedad colectiva de todos los factores productivos.**- [...] todos son dueños de todo en iguales proporciones. Si la organización tiene cualquier propiedad, ese bien es de todos.
- **El Balance Social.**- en las organizaciones de economía popular y solidaria el balance social busca que se cumplan todos los principios de la economía popular y solidaria; es decir, el bienestar de sus trabajadores, buenas condiciones laborales para los socios; que los excedentes que se generen se redistribuyan en igualdad para todos.
- **La autogestión, autocontrol y corresponsabilidad.**- cada uno de los socios de una organización de la economía popular y solidaria tiene el control sobre ella; puede pedir cuentas en el momento que desee, es decir, tiene acceso a toda la información que requiera.
- **La educación y capacitación.**- toda organización de la economía popular y solidaria debe tener programas de educación y capacitación para mantener la igualdad del conocimiento, y avanzar en los procesos de desarrollo de los socios y el país.
- **La cooperación.**- las organizaciones de economía popular y solidaria cooperan entre sí, para el bienestar del sector, es por esa razón que existen los organismos de integración.

4.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE): inicios y prácticas

Al ser la Responsabilidad Social Empresarial una tendencia que ha ido evolucionando no existen teorías formales sobre ésta, por lo que a partir de varios autores se construye la

siguiente información. Sin embargo se han presentado autores de renombre como Mario Viviani en temas referentes a balances sociales empresariales y en los primeros inicios de esta tendencia a Edward Freeman quien en su publicación “Strategic Management: a stakeholder approach” identifica las relaciones de impacto y relevancia de individuos sobre la organización.

Partimos del concepto de Responsabilidad Social Empresarial entendido etimológicamente como “‘hacerse cargo’ de las acciones” (Abelanda, 2010: 49), definición que ha ido involucrando nuevos conceptos, lineamientos e incluso parámetros de medición. Este concepto es “relativ[o] y depende de las demandas concretas de una sociedad, la cual supone llevar la conducta de la empresa a un nivel congruente con las normas, valores sociales y expectativas de resultados que prevalecen en un momento o espacio dado”. (Mamen Valor, 2001: 1)

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) cita a tres teóricos de la RSE, conceptualización RSE según:

- Henry Mintzberg: “La consideración voluntaria del bien público y social, a la par del bien económico y privado” (CERES, 2008: 12)
- Peter Drucker: “Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es la responsabilidad social” (CERES, 2008: 12)
- Richard Daft: “La obligación de la gerencia de tomar decisiones y emprender acciones para que la organización contribuya al bienestar e interés de la sociedad y de ella misma” (CERES, 2008: 12)

A pesar de contar con varios criterios y puntos de vista, el concepto de RSE se encuentra aún en construcción. Se puede afirmar que es la consciencia y el compromiso que las empresas adquieren frente a sus grupos de interés, haciendo transparente y responsable sus prácticas y gestión. La RSE promulga una cultura participativa e integral con sus “actores” siendo competitiva y sostenible.

A nivel mundial existen organismos internacionales que también promueven una gestión socialmente responsable por parte del sector empresarial, se consideran a

continuación varias definiciones dadas por estos organismos. Esta información fue proporcionada por el ABC de la RSE en Chile y el Mundo (2003):

- Unión Europea: menciona a la RSE como la iniciativa de la empresa en formar parte activa de los problemas sociales y medioambientales generados en sus operaciones comerciales
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE): actualmente es considerado como el único código de conducta multilateralmente adoptado. Si bien no define a la RSC, sus objetivos buscan potencializar el aporte de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible, coherentes con los objetivos sociales, económicos y ambientales.
- Business in the Community- U.K. y miembro de CSR Europe: define a la RSE como el compromiso empresarial con la sociedad y el entendimiento de su papel en ella. Lo que parte del cumplimiento de la ley que aseguren una operación sin detrimento de la sociedad.
- Forum EMPRESA, Business for Social Responsibility (BSR) y ACCION EMPRESARIAL: como una visión de negocios que integra solidariamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Esta definición aduce que este conjunto de acciones, políticas y prácticas son desarrolladas en forma voluntaria por las empresas y van más allá de lo exigido por la ley.

4.2.1 Etapas de la Responsabilidad Social Empresarial

Mamen Valor en su publicación Responsabilidad Social de la empresa, marketing de relaciones y política de Recursos Humanos: El gasto social de la empresa, resume la evolución de la RSE en tres etapas:

- Años 1950-1960 Etapa Filosófica.- la autora parte de las premisas de Frederick y Carroll al definir a esta etapa de la RSE como una “obligación ética o moral, voluntariamente asumida por la empresa como institución hacia la sociedad [...] en

reconocimiento y satisfacción de sus demandas en reparación de sus daños que pueden haberle sido causado a ésta” (Mamen Valor, 2001: 2)

- Década de los 70's.- se dan las primeras iniciativas para aplicar la filosofía de la RSE en la gestión y dinámica de la empresa. El Committee for Economic Development en 1971 define tres niveles de responsabilidad de las empresas (Mamen Valor, 2001):

Responsabilidades básicas derivadas de la función económica

Atención al cambio de valores y prioridades sociales

Responsabilidades poco conocidas que debe asumir para vincularse más a la actitud de cambio del entorno social.

En esta etapa la empresa empieza a mirar los problemas sociales desde una perspectiva de responsabilidad frente a las consecuencias que su gestión pudo ocasionar, su enfoque son las necesidades y problemática social. Se direccionan esfuerzos en buenas prácticas con los trabajadores así como mayor consciencia con el medio ambiente y la calidad de sus productos y servicios.

- Año 1980.- la filosofía de la RSE se inserta en la dirección estratégica de las empresas, surge la teoría de los “stakeholders” o grupos de interés mencionada por primera vez por Freeman y Mitroff (Mamen Valor, 2001). Esta teoría afirma que las empresas deben enfocar sus recursos y estrategias no sólo a atender los requerimientos de los accionistas sino también las necesidades de cada uno de los grupos con los cuales se relaciona.

La visión estratégica empresarial amplía sus horizontes y empieza a cuestionarse sobre su ciclo productor de manera integral, los impactos que genera con clientes, proveedores, medio ambiente y sociedad.

En la actualidad la RSE no sólo forma parte de la dirección estratégica, es una forma de gestión trasladada a una cultura empresarial sostenible en el tiempo. Se considera que una definición acertada es la de Abelandá:

La responsabilidad social empresarial constituye una forma de compromiso voluntario de la empresa con su entorno interno y externo, con el propósito de alcanzar un desarrollo sostenible y armónico. Esta responsabilidad se practica cuando las empresas integran en sus estrategias de negocios intereses sociales y medio ambientales, además de preocuparse por el impacto de sus acciones en los ciudadanos y con los grupos de interés [...]. (Abelanda, 2010: 12)

La RSE es sustentable al “generar valor y perdurar en el tiempo a partir del uso responsable de los recursos sociales” (Acción Empresarial, 2003: 13). Y a la vez permite un desarrollo sostenible “que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas” (CERES, 2008:13)

Sin embargo existen varias empresas que confunden la RSE con una estrategia de mercadeo o publicidad en la que pueden generar mayor mercado. Enfocando sus recursos a trabajos sociales no sustentables y en épocas sensibles del año como navidad, inicio de clase o incluso en catástrofes naturales. Vendiendo una imagen errada de una gestión socialmente responsable.

4.2.2 Iniciativas mundiales

El mercado empieza a tener un papel importante, exige conocer, participar y es quien premia estratégicamente o penaliza con costos muy altos a las empresas que no escuchan sus requerimientos o no se responsabilizan de sus actos (Acción Empresarial, 2003)

Al existir ambigüedades en la definición y aplicación de la RSE, surgen varios Organismos Internacionales que definen guías para implementar una gestión responsable, entre los que podemos mencionar:

- **Pacto Global**

Expone los diez principios con los cuales las empresas deben comulgar y cumplir al integrar una gestión responsable. Se detallan de manera textual los principios obtenidos de la página oficial de las Naciones Unidas.

Tabla 1. Principios Pacto Global

DERECHOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
NORMAS LABORALES	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.
MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Fuente: Página oficial Pacto Global

Elaboración: Autora

- **Norma ISO 26000**

La ISO 26000 es una guía de Responsabilidad Social para empresas u organizaciones de cualquier tipo, facilita los lineamientos para la implementación de una gestión responsable. No representa ningún tipo de certificación únicamente de guía verificable y auditable de acuerdo a los indicadores que establece.

La norma define siete materias: medioambiente, derechos humanos, prácticas laborales, gobierno corporativo, prácticas de negocio justas, involucramiento de la comunidad y desarrollo social y consumidores.

Nuestro país cuenta con la primera edición y traducción oficial de la Norma ISO 26000, en el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) de la siguiente manera: Norma Técnica NTE INEN- ISO 26000: 2010, Guía de Responsabilidad Social. Aprobada en Comité interno INEN con la presencia de instituciones como: Tribuna del Consumidor, Municipio

del Distrito Metropolitano de Quito, Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Sindicales CEOSL, Intgerquimec S.A., Fundación Horizontes y Universidad Católica de Guayaquil. (ISO 26000, 2010).

- **Iniciativa del Reporte Global (Global Reporting Initiative)**

El Global Reporting Initiative (GRI) surge en 1997 por la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente, la organización ecológica Estadounidense, y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Nace como un proyecto para el cuidado y prevención del medio ambiente. En la actualidad el GRI cuenta con el principal modelo y guía internacional para el desarrollo de memorias sostenibles. En estos reportes participan todos los grupos de interés de la empresa y le permiten obtener una comparación cuantitativa sobre su gestión y la de su sector. (Página oficial GRI)

- **Libro Verde**

La Comisión de las Comunidades Europeas en el año 2001, realiza la publicación del conocido LIBRO VERDE, con el fin de fomentar un marco europeo e internacional para la RSE. La Unión Europea (UE) se interesa en la responsabilidad empresarial en el ámbito social, en la medida que ésta pueda de manera positiva apuntar a su objetivo estratégico: “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Su misión es la interrelación e interacción con todos los entes que están involucrados en el funcionamiento y sostenibilidad de una empresa, fomenta la creación de prácticas innovadoras así como transparenta los procedimientos frente a un continuo proceso de mutación que deben experimentar las empresas en el contexto de la globalización. La UE es consciente que el mayor reto de las empresas es generar rentabilidad, sin embargo con una visión e inversión estratégica, a la par puede lograr beneficios sociales, ambientales y en general para sus grupos de interés.

De acuerdo a un estudio realizado por la Máster en Ciencias Isabel Pérez de la Facultad de Humanidades en Cuba, el Libro Verde divide a la RSE en dos aspectos

sumamente importantes, uno interno y otro externo. El descrito como interno hace referencia a todo lo que tenga relación con empleados y medio ambiente; abarca la Gestión de los Recursos Humanos y del Impacto Ambiental, Seguridad y Salud Ocupacional y Adaptación al cambio. El aspecto externo toma en cuenta a la Comunidad, Socios comerciales, Proveedores y Derechos Humanos.

4.2.3 Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador

En nuestro país el concepto de RSE es relativamente nuevo, sin embargo toma mayor posicionamiento en las organizaciones tanto públicas como privadas. La tendencia bajo la cual ha sido definida y practicada la RSE ha sido de filantrópica y de caridad, tornando su impacto en una estrategia de publicidad y marketing.

En la investigación realizada no se encontró información cuantitativa ni oficial sobre el número de empresas que cuentan con un sistema de Responsabilidad Social Empresarial en nuestro país. Según Hernán Vaca, Gerente de Gestión de Sistemas Integrados del Grupo Synergy E&P Ecuador, afirma que desde su experiencia laboral y su formación integral en RSE y las normas ISO que apalancan esta gestión, nuestra sociedad civil y laboral no ha logrado incursionar de manera exitosa en la RSE. Para Vaca son pocas las empresas que han conseguido generar una cultura responsable aplicable y sostenida, comenta que las empresas que en la actualidad han dados los primeros pasos en RSE son Repsol, Mutualista Pichincha, Banco Pichincha, Telefónica, Grupo Synergy, Cervecería Nacional, OCP Ecuador, Holcim, Kraft Foods e hizo hincapié en la significativa participación de entidades públicas en este tema.

El CERES, uno de los organismos que promueven, capacitación y gestionan la RSE en el país define los siguientes beneficios de una gestión responsable: reducción de costos operativos y mejoramiento de la administración financiera y mejora de la imagen de marca y reputación.

De igual manera el Consorcio en conjunto con Forum Empresa ha desarrollado una metodología que permite a las empresas poder hacer un diagnóstico sobre su nivel de responsabilidad social al definir su situación actual con cada uno de sus grupos de interés.

Se ha considerado para esta investigación partir de los principales grupos de interés que CERES propone, para lo cual es necesario entender que son los grupos de interés: son las “personas, organizaciones y asociaciones a las que afecta la actividad de la empresa, o que afectan de una u otra manera a la misma” (CERES, 2008: 23), sus atributos son:

- Legitimidad.- su validez en la relación con la empresa
- Poder.- efectos que son capaces de producir en la empresa
- Urgencia.- la urgencia de atención que requieren por parte de la empresa.

Los grupos de interés se clasifican en (CERES, 2008):

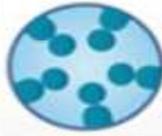
Gráfico 1. Grupos de Interés



Fuente: CERES, 2008
Elaboración: Autora

Cada grupo de interés en la propuesta del consorcio es un tema central que contiene subtemas detallados a continuación:

Tabla 2. Resumen Indicadores Ceres- Ethos 2010

INDICADOR	DEFINICIÓN	TEMAS
 <p>Valores, Transparencia y Gobernanza</p>	<p>Información sobre la cultura de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autorregulaciones de la conducta • Relaciones transparentes con la sociedad.
 <p>Público Interno</p>	<p>Gestión y Administración del Talento Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo y Participación • Respeto al individuo • Trabajo Decente
 <p>Medio Ambiente</p>	<p>Contribuciones e iniciativas para cuidar el medio ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad con las generaciones futuras • Gerenciamiento del Impacto Ambiental
 <p>Proveedores</p>	<p>Relación con proveedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Selección, Evaluación y Alianza con proveedores
 <p>Consumidores y Clientes</p>	<p>Servicio que la empresa brinda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensión Social del Consumo
 <p>Comunidad</p>	<p>Consideración de impactos en la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con la comunidad local • Acción Social
 <p>Gobierno y Sociedad</p>	<p>En caso de existir relación o contribución con la política</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia Política • Liderazgo Social

Fuente: Ceres
Elaboración: Autora

Una vez definido los conceptos y generalidades del asociativismo y la RSE, se buscó una característica a fin para determinar la relación entre ambas, se presenta en el siguiente apartado la información obtenida.

4.3 Asociativismo y Responsabilidad Social Empresarial

Es importante para el presente trabajo conocer los criterios con los cuales son clasificadas o categorizadas las asociaciones, con este indicio iniciamos la investigación realizando una entrevista a Lorena Muñoz, colaboradora de la Coordinación de Políticas de Exportaciones en el Ministerio de Comercio Exterior. Lorena nos comenta que en su experiencia trabajando con asociaciones y con la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, no se ha especificado características o criterios por los cuales se puedan calificar a las asociaciones. Muñoz nos remite a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS) para entender de mejor manera el marco jurídico en el que se basan las asociaciones, encontrando que en el Artículo 18 se establece:

Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (LOEPS; 2014: 9)

La LOEPS explica que la estructura de la asociación debe estar conformada por “un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta” (LOEPS; 2014: 9)

Al no identificar los parámetros que califican a las asociaciones, éstas pueden formar parte de organizaciones como la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo u otras instituciones con las que comulguen, según Muñoz las asociaciones son clasificadas según su actividad económica y durante su gestión participan en distintos concursos en las que son premiadas de acuerdo el carácter del concurso. (Lorena Muñoz, entrevista, 2014).

Wiliber Ibarra, coordinador de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo soporta el pensamiento de Muñoz y nos comenta que sus socios están formados por asociaciones, federaciones y corporaciones que cumplen con determinados requisitos

(Wiliber Ibarra, entrevista, 2014), nos remite a la página web de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, donde se determinan nueve requisitos en los que destaca que los socios deben: “[estar] registrados en un sistema de Comercio Justo y cumplan con la definición de pequeños productores de las redes de productos de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores en el comercio justo” (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014). Los socios de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo además de cumplir con los requisitos determinados en la ley, deben ser parte de un sistema de comercio justo y la definición de pequeños productores, permitiéndoles ser representados en mercados donde predominan los sellos de comercio justo.

Es así como la Coordinadora “representa a los pequeños productores organizados en diferentes rubros ante diferentes instancias de la CLAC, FLO y otros sellos, redes e iniciativas de Comercio Justo” (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014).

Partiendo de la información obtenida en las entrevistas realizadas y la revisión de la LOEPS consideramos de vital importancia entender cuál es la ideología que sustenta al asociativismo, encontrando en la Ley los principios que guían al sector mencionado:

Art. 4.- Principios

- La búsqueda del buen vivir y del bien común
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- El comercio justo y consumo ético y responsable
- La equidad de género
- El respeto a la identidad cultural
- La autogestión
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Si bien los principios son mencionados en la LOEPS, no se halla documentación oficial que sustente la definición de cada uno de ellos, de aquí que ampliaremos su significado con diversas fuentes con el objetivo de clarificarlos y poder relacionarlos con los indicadores de

la responsabilidad social empresarial definidos por el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES)

Otro aspecto importante a destacar en la Ley está determinado en el artículo 5: “Los actos que efectúen con sus miembros las organizaciones a las que se refiere esta Ley, dentro del ejercicio de las actividades propias de su objeto social, no constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente Ley” (LOEPS, 2014: 6)

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario puntualiza quiénes son consideradas asociaciones y cuáles son los principios que regirán su gestión, en la actualidad la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como entidad de control cumple con el objetivo de promover este tipo de economías, no ha determinado aún aspectos de regulación de la gestión en sí de las asociaciones que garanticen que la asociación cumple con los principios reguladores de su actividad.

En este año la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria sociabilizó la propuesta para verificar el cumplimiento de la presente Ley a través de una herramienta de gestión que evalúe de manera periódica los resultados y las prácticas desarrollados por las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. En la presentación referente a *Balance Social, Metodología y Modelos de la SEPS para la Economía Popular y Solidaria* se cita (Presentación Balance Social, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014):

Según la Constitución del Ecuador

Art. 283. El sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (LOEPS, 2014: 4).

Art. 213. Superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales. (LOEPS, 2014: 4).

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

Disposición general segunda. Las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales...

Art. 4. Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley se guiarán por los principios en este artículo detallados.

Art. 21. Sector cooperativo.- es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas del Buen Gobierno Corporativo (LOEPS, 2014: 4).

Aun cuando esta iniciativa fue sociabilizada en junio del 2014, las encuestas pilotos aplicadas a cooperativas que forman parte de la Economía Popular y Solidaria demuestran que “El 30% de las entidades que respondieron nunca han realizado Balance Social” (Presentación Balance Social, 2014: 20). No obstante esta propuesta define nuevos indicadores de medición conformados por 7 macro dimensiones con 24 dimensiones establecidas para el Modelo de Balance Social desarrollado por la SEPS. Las dimensiones fueron obtenidas de la revisión de los principios de la LOEPS, del Buen Vivir y de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) (Presentación Balance Social, SEPS, 2014).

En la actualidad las auditorías realizadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria están direccionadas al cooperativismo, afirma Boris Sampertegui, Analista Técnico de la SEPS, debido a que las asociaciones son una nueva atribución en la gestión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, basando principalmente su revisión y auditoría en el cumplimiento de los estatutos de la asociación. Sampertegui nos remite a la definición de la evaluación de la Gestión Social publicada en la Auditoría Social en las cooperativas de la Asociación Cooperativa Canadiense en la que se menciona que “Una “Evaluación de la Gestión” es un proceso de evaluación e informe, en ciertos aspectos, similar a una auditoría financiera, solo que hace énfasis en el aspecto social y no al financiero” (Asociación Cooperativa Canadiense, 1996:3).

De la investigación realizada no se pudo contar con información única y oficial por parte del Gobierno o los organismos de control que regulan los principios que rigen al asociativismo de acuerdo a la Economía Popular y Solidaria, a fin de establecer una relación viable entre el asociativismo y la RSE, ampliaremos cada principio definido por la SEPS con información de diferentes fuentes bibliográficas.

- **La búsqueda del buen vivir y del bien común**

Si bien la búsqueda del buen vivir y del bien común puede ser entendida e interpretada de distintas maneras, pero sobre todo es definida desde las vivencias de cada uno, su esencia pretende explicar y trascender al ser humano sobre el capital. Defiende y valora la diversidad del ser humano en todos sus aspectos así como rescata y demanda el respeto a la naturaleza y todos los actores de la economía.

El Buen Vivir, en suma, aparece como una oportunidad para construir otra sociedad sustentada en la convivencia del ser humano en diversidad y armonía con la Naturaleza, a partir del reconocimiento de los diversos valores culturales existentes en cada país y en el mundo, en la medida en que estos se sintonicen con estos principios fundamentales de la humanidad. (Acosta y Martínez, 2011: 18)

Aunque no existe un consenso sobre la definición del Buen Vivir, citaremos la definición que el actual Gobierno especifica en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013–2017, entendiéndolo como “la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013:12)

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes, para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013: 20)

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en su presentación de Balance Social, metodología y modelo para la Economía Popular y Solidaria cita los principios del Buen Vivir siendo (Presentación Balance Social Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014: 14):

- Unidad en la diversidad
- Ser humano que desea vivir en sociedad
- Igualdad, integración y cohesión social
- Cumplimiento de derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas

- Relación armónica con la naturaleza
- Convivencia solidaria, fraterna y cooperativa
- Trabajo y un ocio liberadores
- Reconstrucción de lo público
- Democracia representativa, participativa y deliberativa
- Estado democrático, pluralista y laico
- El “Buen Vivir” implica orientar el sistema económico de manera que permita lograr cuatro equilibrios:
 - El equilibrio de los seres humanos consigo mismo;
 - El equilibrio entre los seres humanos;
 - El equilibrio de los seres humanos con la naturaleza; y,
 - El equilibrio entre las comunidades de seres humanos

Comprendiendo la definición del Buen Vivir podríamos afirmar que ésta discrepa con el objetivo de utilidad y sostenibilidad del sector privado, tal como se menciona en el Plan Nacional del Buen Vivir: “El Socialismo del Buen Vivir cuestiona el patrón de acumulación hegemónico, es decir, la forma neoliberal de producir, crecer y distribuir [...] Se identifica con la consecución del bien común y la felicidad individual, alejados de la acumulación y el consumo excesivo” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013: 22).

Si bien el reto del sector privado es su sostenibilidad a través de una gestión consciente y responsable con las consecuencias de su propia gestión, la brecha existente entre este principio y la propia naturaleza de la empresa es significativa. Sin embargo la RSE ha ido construyendo un camino que permita reducir esta distancia y participar hacia el Buen Vivir que, según Coraggio, “sólo puede resultar de una construcción colectiva, social y política situada estratégicamente en el campo de fuerzas generado por la relación entre trabajo y capital” (Coraggio, 2011: 38), y es por esta relación que el involucramiento del sector privado es necesario en esta construcción del Buen Vivir y las buenas prácticas con sus distintos grupos de interés.

- **La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales**

Este principio busca equilibrar la contribución de trabajo con las ganancias que éste genere, fijando equidad en los derechos y obligaciones de los socios que integran la asociación y la prelación del trabajo de cada miembro por el logro de los objetivos del colectivo.

[...] se busca dejar de lado a la sociedad capitalista en donde no se prioriza el bien común sino el enriquecimiento de un grupo privilegiado que como resultado se ha incrementado la explotación laboral por esta razón este sistema económico pretende equilibrar el [...] consumo justo tanto en relaciones laborales como sociales a cambio de un pago proporcional al trabajo realizado. (Albán y Guerrero, 2013: 14)

Para Ana Flores, Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, este principio abarca aspectos de “disposiciones relativas a la inclusión y la no discriminación, la igual de género, los derechos reproductivos en el espacio laboral, el trabajo debe contribuir a la dignificación de la persona y no a la acumulación del capital. [...] no importa cuanto sea el capital invertido por un socio, todos sin distinción tienen los mismos derechos aquí primarán los intereses colectivos sobre los individuales” (Flores, 2013: 10). Acorde con el Buen Vivir, el trabajo sobre el capital contribuirá a un vivir bien antes que producir más, basado en redes comerciales equitativas y prácticas colectivas.

El asociativismo al nacer de la Economía Social aspira favorecer el desarrollo de la vida de personas y comunidades a través de la acción social, “donde los conflictos de intereses y la competencia pueden ser regulados de manera más transparente en el seno de la sociedad, donde las relaciones interpersonales fraternales puedan afianzarse sobre vínculos productivos y reproductivos de cooperación [...]” (Coraggio, 2011: 45). Bajo estos lineamientos, efectivamente el empresariado no podría basar su gestión en un bien común ya que apunta a identificar y cubrir las necesidades de la sociedad al ofertar un producto o servicio que generen rédito; y que surgen en su mayoría de iniciativas individuales y capitales personales que prevalecerán ante el cumplimiento de un objetivo individual frente al colectivo.

A pesar del objetivo individual del que nace una empresa, su evolución requiere involucrar a distintos actores con los que va conformando su éxito y generando oportunidades laborales y en las que debe incursionar y concientizar sobre si su gestión es responsable y

contribuye al desarrollo de éstos grupos de interés. Al ser la constitución de las empresas y las organizaciones de la Economía Popular y solidaria antagónicas entre sí, la relación entre trabajo, capital, intereses individuales y colectivos no podrán ser relacionados.

La RSE es entendida generalmente como la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido” Definición RSE Business in the Community – U.K. y miembro de CSR Europe (CERES, 2008:11)

- **El comercio justo y consumo ético y responsable**

Para el Gobierno de Santa Fe los principios de la Economía Social “se pueden llegar a materializar en dos prácticas organizadoras [...] como lo son el Comercio Justo y el Consumo Responsable” (Gobierno de Santa Fe, s/f; 17), así lo estipulan en su Programa Formador de Formadores Curso/ Taller Formación para promotores de la Economía Social como iniciativa de la Subsecretaria de Economía Social dependiente del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de Santa Fe. Principio que es entendido en este programa como:

Un comercio diferente, al comercio tradicional, que se basa en la justicia social, calidad de producto y el cuidado de la naturaleza. Fomenta una vinculación directa y de largo plazo entre pequeños productores y consumidores y contribuye a la construcción de un modelo de desarrollo sustentable y solidario [...]. Por otro lado, los consumidores reciben un producto de calidad, elaborado con respeto a la salud y cuidado a la naturaleza. Es una relación solidaria entre consumidores responsables y pequeños productores, a una escala humana. (Gobierno de Santa Fe, s/f: 12)

Para Albán y Guerrero este principio se lo explica de manera independiente:

El comercio justo

Garantiza mayor estabilidad de los precios y de los ingresos de los productores, permitiéndoles mejorar sus niveles de vida. También aporta un mecanismo de regulación y equilibrio monetario de la relación de precios del intercambio, sino que se propone también la integración de los costos sociales y ambientales dentro del precio justo de los productos. (Albán y Guerrero, 2013:22)

Consumo Ético

[...] El consumo ético se encuentra basado en dos premisas primordiales: Búsqueda de la información y la formación de un pensamiento crítico con la realidad que lo rodea, medios de comunicación y publicidad cuestionado que hay detrás de cada cosa que se consume y cuáles son sus consecuencias y segundo lugar la reducción de los niveles de consumo como una opción ética para el cambio de hábito de consumo [...] (Albán y Guerrero, 2013:22)

Se rescata de este principio su objetivo de establecer relaciones equitativas y justas que beneficien a un conjunto de productores que, debido a sus condiciones económicas y sociales, no pueden competir en un mercado agresivo e inequitativo. La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo destaca en su página Web que le Comercio Justo en nuestro país procurar generar nuevas relaciones comerciales y económicas protagonizadas por actores sociales a través del desarrollo y el potencializar el talento humano, las buenas prácticas y las capacidades organizativas y de gestión de sus socios (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2013)

Encontramos nuevamente una incompatibilidad entre este principio y la el sector empresarial y por ende con la RSE, que va determinando un posicionamiento en el mercado basado en precios, costos y utilidad, buscando en la actualidad un reconocimiento, reputación e imagen de acuerdo a su gestión más no por las redes sociales que constituya.

Sin embargo al analizar por separado este principio podemos relacionar el consumo ético y responsable con el Indicador de la RSE denominado Consumidores y Clientes, evaluando los siguientes aspectos (CERES, 2010:54-56)

Dimensión Social del Consumo

Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial.- “considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza” (CERES, 2010:52):

- Política de comunicación comercial conocida por los empleados

- Actualización del material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos o servicios.
- Política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, indígenas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto.
- Realización de análisis previo piezas publicitarias para verificar la conformidad con los valores y principios
- Políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infantil y juvenil sea responsable.

Indicador 30 – Excelencia de la Atención.- “respeto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente” (CERES, 2010: 54):

- Política y normas de relaciones con clientes y consumidores aplicada por los empleados
- Ofrece servicio de atención al cliente u otra forma de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor
- Política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario
- Implementación de un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes
- Sociabilización con los empleados la opinión de los clientes
- Proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada
- Evaluación anual del número de reclamaciones

Indicador 31- Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios.- “respeto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios” (CERES, 2010: 55):

- Programa enfocado en la salud y seguridad del consumidor/cliente de los productos y servicios
- Sistemas internos ágiles y capacitación a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia ante situaciones de crisis
- Número de demandas por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.
- Número de productos retirados del mercado por presión del cliente/consumidor u órganos de defensa
- Transparenta la información al público consumidor, acerca de los posibles riesgos y advertencias del uso seguro de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)
- Realización de estudios para conocer daños potenciales que puedan generar sus productos o servicios, a los consumidores, previo a su lanzamiento
- Tiene un sistema de control de calidad para los productos o servicios
- Revisión periódica de la fecha de vencimiento de los productos
- Consideración de los requerimientos de clientes con capacidades diferentes.

- **La equidad de género**

Antecede a este principio el derecho de equidad de género estipulado en la Constitución del 2008 en el que se pretende facilitar la incursión de las mujeres en los distintos ámbitos laborales y profesionales con beneficios y remuneraciones semejantes a los hombres.

Al hablar de género se requiere recalcar los roles sociales que tradicionalmente han sido asignados a hombres y mujeres, lo que ha generado una exclusión principalmente de la mujer impidiendo garantizar a este sector de igualdad al acceso de empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa del trabajo independiente, por esta razón el Estado ha optado medidas de acción en las comunidades, pueblos y nacionalidades las mismas que deberán ser acatadas como deber y responsabilidad [...] (Albán y Guerrero, 2013:23)

Como lo menciona la página web del Sistema Plurinacional de Comunicación Indígena originario campesina intercultural, la equidad de género está encaminada al trato justo tanto para hombres como mujeres, siendo éste acorde a sus necesidades, derechos, oportunidades

pero también obligaciones. “[T]ienen derecho a acceder con justicia e igualdad al uso, control y beneficio de los mismos bienes y servicios de la sociedad, así como a la toma de decisiones en los ámbitos de la vida social, económica, política, cultural y familiar” (APC Bolivia, s/f)

La mujer ha sido desplazada de la historia, resumiéndola a una función de procreación y cuidado del hogar, sus derechos y oportunidades fueron minimizados e incluso su existencia puesta en duda. La mujer al igual que otros grupos sociales fueron discriminados y desplazados de una participación y contribución activa en la economía, política educación y opinión. En la actualidad la mujer ha tomado lugar y forjado una reputación en la que ha demostrado a la sociedad su capacidad de aporte en todos los aspectos y funciones que eran ocupados únicamente por el género masculino.

La Economía Popular y Solidaria a través de este principio fomenta la intervención y cooperación de distintos grupos sociales especialmente de la incursión de la mujer, si bien el sector empresarial no posee lineamientos específicos sobre la inclusión de la mujer en su nómina, la RSE determina a través de un indicador la medición del número de mujeres no sólo en nómina sino en cargos ejecutivos y en los beneficios y la remuneración percibida. “La RSE plantea que las empresas otorguen a toda persona similares oportunidades de empleo, así como igual tratamiento en acciones referidas a promociones, capacitaciones, medidas disciplinarias, entre otras.” (CERES, 2008:24).

El CERES determina en el Indicador Público Interno, el sub indicador 13 - Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género en el cual mide a las empresas bajo esta gestión sobre su incidencia y práctica de la equidad de género, evaluando aspectos como (CERES, 2010:29-30):

- Políticas de promoción de equidad de género formal
- Políticas de valoración y no discriminación de la diversidad y para mejorar la calificación y promover a las mujeres
- Políticas que prohíbe la contratación, despido o promoción basado en el estado civil o condición reproductiva
- Condiciones similares para procesos de selección a candidatos mujeres y hombres
- Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados

- Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles
- Salario promedio mensual y anual de mujeres en cargos ejecutivos coordinación y jefatura.

Relacionaremos este principio con uno de los indicadores de la RSE en la parte práctica de la investigación.

- **El respeto a la identidad cultural**

Nuevamente este principio nace en los derechos contenidos en la Constitución del 2008, garantizando, al ser un país pluricultural, “la no discriminación, a la protección a la igualdad y a la libertad de elección de construir o a pertenecer a una o varias comunidades culturales esto influye la difusión de la estética y expresiones autóctonas de cada cultura” (Albán y Guerrero, 2013:24)

Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituyen de forma voluntaria y abierta, sin ningún tipo de discriminación (raza, género, cultura...). Las diferencias serán entendidas como un potencial social, para construir un país más equitativo, solidario, respetuoso y justo. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 28)

La base y fundamentos de la RSE se basan en principios mundiales como el Pacto Global de la ONU que “ha fijado la política de las empresas sobre dos principios importantes: deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia y, deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de esos derechos” (CERES, 2010:26).

La RSE promueve a través del cumplimiento de las regulaciones de cada país el respeto a los derechos de los grupos sociales, y la inserción laboral de éstos. Se especifica nuevamente en su indicador de Público Interno, ésta relación:

La conducta empresarial debe enmarcarse en los acuerdos o convenios internacionales y en las leyes nacionales, que disponen el mismo derecho y oportunidades de empleo para todos los ciudadanos sin consideración de ninguna naturaleza. La RSE no establece ninguna discriminación en

relación a la equidad laboral. Por el contrario, asegura iguales oportunidades de empleo a todas las personas. (CERES, 2008:24)

El indicador que abarca estos aspectos es Público Interno en los sub indicadores:

Indicador 11 -Valoración de la Diversidad “por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad” (CERES, 2010:26 - 27), mide aspectos como:

- Política de valoración de la diversidad y no discriminación
- Procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción, movilidad interna y despido.
- Mecanismos y canales formales para denuncia, seguimiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación
- Campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la diversidad en la fuerza de trabajo
- Porcentaje de personas con discapacidad
- Salario promedio mensual de personas con discapacidad
- Porcentaje de personas con edad superior a 45 años

Indicador 12 -Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial “considerando los hechos de discriminación y las desventajas que caracterizan la situación de la población de diferentes orígenes raciales o étnicos” (CERES, 2010:28), mide aspectos como:

- Registro de empleados de acuerdo con la raza o etnia a la que pertenece
- Oportunidades laborales a personas de raza, afroecuatorianas o indígenas
- Campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la equidad racial.
- Porcentaje de empleados afroecuatorianos e indígenas (hombres y mujeres) en relación al total de los empleados.

- **La autogestión**

“Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se autogestionan en base a la justicia democrática participativa de forma directa o representativa, garantizando la autonomía de la organización” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 28), contando con participaciones de capital igualitarias enfocadas en “alcanzar un beneficio social, desarrollo personal y mejoras e implementación de infraestructura conjuntamente con el apoyo del Estado Ecuatoriano y los entes reguladores” (Albán y Guerrero, 2013:15).

La organización de estos actores de la Economía Popular y Solidaria fomentará una participación activa y consensuada en la planificación, decisión y ejecución de su estrategia de manera autogestionada, compartiendo la responsabilidad de las decisiones y las consecuencias por todos los miembros de esta organización, siendo la administración, el control y la planificación responsabilidad de los mismos miembros de la organización. “Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 14)

La RSE hace referencia en el indicador Público Interno el sub indicador Gestión Participativa sobre el “respecto al involucramiento de los empleados en la gestión [de] la empresa”(CERES, 2010:23), no se puede equiparar ésta relación debido a que en la autogestión de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria los participantes son los socios que han contribuido de manera equitativa mientras que en el sector empresarial esta participación dependerá de las políticas y lineamientos de cada empresa y en la mayoría de ocasiones del porcentaje de acciones para la toma de decisiones.

- **La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas**

Para Albán y Guerrero este principio fomenta aspectos como “escalas salariales justas y proporcionadas, la transparencia y, la sostenibilidad medioambiental” (Albán y Guerrero, 2013:15). A través de este compromiso con la sociedad, comunidad y el medio ambiente “[garantizan] los derechos de la naturaleza y [promueven] el comercio justo, ético y responsable que promueva el bienestar de sus miembros, la comunidad y las generaciones futuras” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 30).

Al igual Albán y Guerrero separaremos este principio para poder cotejarlos eficientemente con los indicadores de RSE.

Responsabilidad Social.- la información encontrada sobre este punto está enfocada hacia el sector privado y su responsabilidad frente al impacto de su gestión con la sociedad, Coraggio asevera:

Ante la exclusión masiva y la pérdida de expectativas positivas que han producido 30 años de neoliberalismo, el imperativo de gobernabilidad exige un trabajo de legitimación de un sistema cercano ya al límite de lo insostenible. Por esta razón o por razones morales se admite que el Estado (y crecientemente el mismo capital de manera directa, con la consigna de la “responsabilidad social de las empresas”) debe redistribuir algo del excedente acumulado de modo que la injusticia social pueda ser aliviada por una política social compensadora, pero de manera que minimice su costo para el capital (Coraggio, 2007:8)

La Responsabilidad Social (RC) abarcará todos los aspectos de lo que hoy es RSE como lo manifiesta Peter Drucker en el ABC de la Responsabilidad Social Empresarial: “Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque, Eso es la responsabilidad social” (CERES, 2008:12)

Responsabilidad Ambiental.- el entendimiento de la importancia del medio ambiente para la supervivencia del ser humano ha generado mayor conciencia sobre el cuidado del mismo; y la necesidad de forjar regulaciones que garanticen que la gestión de las empresas sea ambientalmente responsable y generen prácticas para su cuidado y sostenibilidad. “La política pública ambiental impulsa la conservación, la valoración y el uso sustentable del patrimonio natural, de los servicios ecosistémicos y de la biodiversidad” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013:69)

[...] este principio busca el origen de las fallas y las posibles soluciones como lo menciona la ONU la misma que sugiere el uso de tecnologías más limpias, la implementación de estrategias ambientales preventivas, destinadas a los procesos productivos, permitiéndose así, reducir los riesgos hacia los humanos y el medio ambiente...(Albán y Guerrero, 2013:26)

El respeto a la naturaleza forma parte de la constitución del Ecuador en la cual se estipula la obligación del estado en garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. “La economía depende de la naturaleza y es parte de un sistema mayor, el ecosistema, soporte de la vida como proveedor de recursos y sumidero de desechos (Falconí, 2005)” (Plan Nacional del Buen Vivir; 2013:69)

La RSE es consciente de la necesidad e importancia del medio ambiente para la sostenibilidad del ser humano y las consecuencias negativas que su labor puede desencadenar.

La definición de medio ambiente se relaciona con desarrollo; ello posibilita comprender los problemas ambientales en su vinculación con el desarrollo sustentable, a objeto de brindar una apropiada calidad de vida para las actuales y futuras generaciones. La acción del ser humano se relaciona con los procesos de transformación ambiental que hacen posible que éste modifique sus características fundamentales. (CERES, 2013:35)

A pesar de que “el empresario no ha dado la debida importancia a la filosofía, estrategia y metodología de producción más limpia” (CERES, 2008:36), la RSE precisa un indicador dedicado al Medio Ambiente que involucra no sólo el impacto ambiental sino también su gerenciamiento, los indicadores relacionados son (CERES, 2010:39):

Responsabilidad con las generaciones futuras

Indicador 20 - Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental.- “para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades” (CERES, 2010: 40)

- Cumplimiento de las leyes ambientales nacionales
- Cumplimiento de las ordenanzas municipales aplicables al sector o industria
- Política ambiental definida, implementada y sociabilizada
- Participación en comités/consejos locales o regionales para discutir aspectos ambientales con el gobierno y la comunidad

- Procesos para mapeo y análisis sistémico de mejora continua en la gestión/sistema ambiental
- Políticas de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales
- Informes que revelen el desempeño ambiental

Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental.- “con el objetivo de contribuir a la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental” (CERES, 2010:41)

- Desarrollo periódico de campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y energía, 3Rs y consumo responsable
- Entrega a los consumidores de información detallada sobre posibles impactos ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos y servicios
- Metas y objetivos ambientales
- Participación en programas de educación y formación ambiental
- Campañas de concientización ecológica en comunidades cercanas
- Campañas internas de concientización ambiental en todas las áreas de la empresa.

Gerenciamiento del Impacto Ambiental

Indicador 22- Gerenciamiento del impacto en el Medio Ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.- “considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios” (CERES, 2010: 42-43)

- Plan de contingencia ambiental que relaciona todos los procesos y productos o servicios
- Política y sistema de monitoreo para aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota

- Programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o reciclados post consumo
- Provee a consumidores y clientes información detallada sobre daños ambientales resultado del uso y la disposición final de sus productos
- Registra incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental
- Estudios para medir el impacto global causado por los procesos, productos o servicios
- Inversión en tecnología para reducir y sustituir insumos cuya extracción o uso generen daño ambiental
- Procesos de capacitación en temas medioambientales.

Indicador 23 - Sustentabilidad de la Economía Forestal.- “con el objetivo de contribuir a la conservación de los bosques, combatir la explotación ilegal y predatoria y proteger la biodiversidad” (CERES, 2010:44)

- Monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza
- Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de los bosques
- Productos forestales con origen verificado utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo

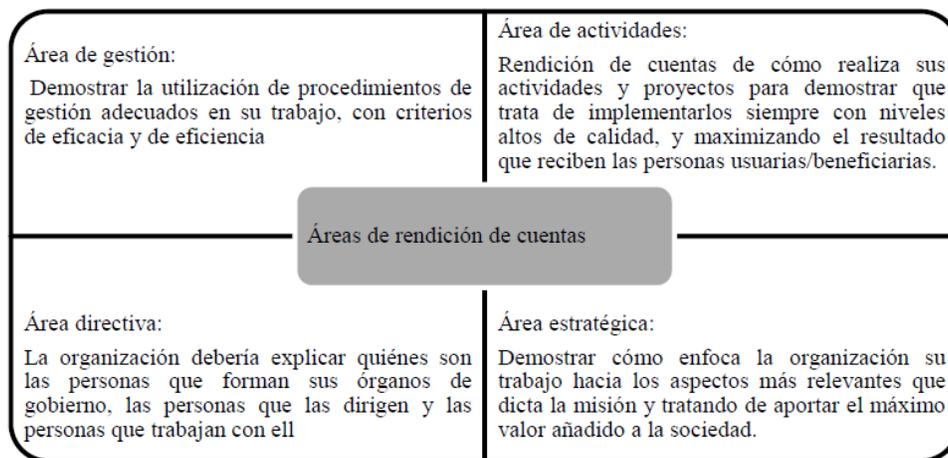
Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos.- “con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos” (CERES, 2010:45)

- Iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables
- Acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio
- Promueve el reciclado de insumos y otros productos

- Optimiza el tamaño de los empaques en función de reducir el impacto ambiental de éstos
- Dispone de mecanismos tendientes al uso de combustibles/energías menos contaminantes
- Política de monitoreo para la reducción del consumo de energía eléctrica, agua, generación de residuos sólidos (basura, desechos, escombros, etc.) y desperdicios de materiales de oficina.
- Política de monitoreo para la reducción de emisión de CO2 y otros gases de efecto invernadero en la atmósfera.

Rendición de cuentas.- Albán y Guerrero afirman que la rendición de cuentas debe ser al menos en cuatro áreas, citaremos el gráfico explicativo desarrollado por las autoras en mención

Gráfico 2. Áreas de rendición de cuentas



Fuente: Albán y Guerrero, 2013

La estructura de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria están conformadas por una Junta General, Junta Directiva, Junta de Vigilancia y un administrador, cada uno con funciones específicas estipuladas en los estatutos de constitución de las asociaciones (Sampertegui, entrevista, 2014). Esta estructura es disímil a la estructura de las empresas, empero desempeñan funciones de cumplimiento de políticas, administración y control

interno, como el de las organizaciones con la diferencia del objetivo al que contribuyen. No se establece una reciprocidad con los indicadores de la RSE.

- **La distribución equitativa y solidaria de excedentes**

Importante efecto del Acto Cooperativo, se produce también sobre el Derecho Mercantil, pues, cuando la Cooperativa “vende” sus productos a sus socios o “compra” la producción de ellos, para comercializarla a terceros, no existe Acto de Comercio, pues, no hay compraventa, sino distribución, partición, adjudicación o asignación [...] (Naranjo, s/f: 8)

Las ganancias que se consigue con el trabajo y aporte de todos los socios son invertidos para potencializar mejoras en los propios procesos, prácticas y herramientas o insumos de producción (Wilson Cabrera, entrevista, 2014). Coherentes con la razón de ser del asociativismo y de la Economía Popular y Solidaria los excedentes son también destinados a la comunidad.

Y nótese que una empresa social y solidaria sí busca rentabilidad económica, con la diferencia de que el destino de los excedentes están orientados socialmente a crecer con las comunidades o agrupaciones siempre y cuando se haya cumplido con [el] objetivo de las pequeñas economías mejorando sus tecnologías, entornos en los que se desempeñan para de esta forma alcanzar niveles altos de economías a gran escala (Albán y Guerrero, 2013: 28)

Los miembros de la organización son los custodios del capital generado, controlándolo de manera democrática. “Los miembros recibirán una compensación limitada, si es que la hay, sobre utilidades y excedentes garantizando la justicia social y económica” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 29). En el sector empresarial la repartición del capital generado durante la actividad económica de un periodo anual está determinado y regulado por el Código Laboral, que estipula en su artículo 97, que la repartición de utilidades corresponderá al 15% de las utilidades líquidas percibidas por el empleador o empresa, aunque en los últimos años ha habido modificaciones en este porcentaje para el sector privado de operadoras petroleras.

Consolidación de los principios del asociativismo relacionados con los indicadores de la RSE

En el siguiente gráfico se consolidan los principios del asociativismo que se relacionaron con los indicadores de la RSE, incluyendo adicionalmente una columna que detalla de igual manera sub indicadores afines. Esta comparación facilitará la investigación ya que se realizó preguntas direccionadas a conocer las prácticas que las asociaciones seleccionadas han desarrollado para cumplir con cada principio.

Tabla 3. Principios del Asociativismo relacionados con indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial

ASOCIATIVISMO PRINCIPIOS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INDICADORES CERES	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL SUB INDICADORES CERES
Principio 3 Consumo justo y responsable	Indicador Consumidores y Clientes	Dimensión Social del Consumo Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial. Indicador 30 – Excelencia de la Atención. Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios.
Principio 4 -La equidad de género	Indicador Público Interno	Respeto al individuo Indicador 13- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
Principio 5 -El respeto a la identidad cultural	Indicador Público Interno	Respeto al individuo Indicador 11 – Valoración de la Diversidad Indicador 12 – Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial
Principio 7- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas	Medio Ambiente	Indicador Responsabilidad con las generaciones futuras Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental Gerenciamiento del Impacto Ambiental Indicador 22 – Gerenciamiento del impacto en el Medio Ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

Elaboración: Autora

Finalmente se consolidará a continuación los indicadores de la RSE y los principios del asociativismo que han sido excluidos del presente trabajo debido a que no pudieron ser relacionados entre sí debido a la discrepancia por la que nace el asociativismo y su fin del bien común con el de la RSE y su búsqueda de tomar acciones por parte del sector empresarial en temáticas de impacto social, ambiental y ético.

Principios del asociativismo no relacionados con los indicadores del a RSE

Dado a que no se puede relacionar todos los principios del asociativismo con los indicadores de la RSE, por estar basados y ser constituidos de acuerdo la Economía Popular y Solidaria, se detallan aquellos que no se considerarán en la investigación. Los principios que se explican a continuación son:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- La autogestión

A continuación se explica las razones por las cuales fueron excluidos en la relación con los indicadores de la RSE.

La búsqueda del buen vivir y del bien común

Como mencionamos anteriormente al ser un principio que busca la comunión equitativa y equilibrada entre el ser humano, sociedad y naturaleza basada en el respeto y su convivencia, no se puede cotejar con los lineamientos de la RSE porque éstos hacen referencia a minimizar y tomar acción sobre las consecuencias que la gestión de las empresas pequeñas, medias o grandes generen con la sociedad, naturaleza y con el mismo ser humano entendido como grupo de interés.

La empresa por su constitución y velando por los intereses individuales establece estrategias para sustentar sus réditos y escasamente incursionará en la búsqueda del buen

vivir y del bien común, y si intenta hacerlo como se lo ha hecho hasta el momento lo hará de una manera muy primitiva y filantrópica porque su objetivo principal apunta al beneficio económico.

El asociativismo nace de una necesidad en común, del *sumak kawsay* y durante su constitución, evolución y desarrollo tiene que responder a este principio o simplemente dejará de ser parte de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.

La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales

Este principio refiere al equilibrio que debe existir y garantizarse entre la contribución del trabajo y la ganancia económica, gestionada a través de comités reguladores que tienen la obligación de transparentar las finanzas de la asociación y poner a consideración de los miembros la repartición y/o inversión de sus utilidades. De esta manera el manejo de la información, la rendición de cuentas y las decisiones son consensuadas y compartidas por los miembros de la asociación.

Es así como este principio basa sus acciones en buscar el bien colectivo y prevalecer sobre el individual, generando prácticas que apalancan la participación de todos los miembros y convierten el objetivo de la asociación en el objetivo de todos, siendo corresponsables del éxito o fracaso de la misma.

La naturaleza de este principio no puede referirse a la gestión empresarial porque es antagónica a sus características, es decir, las empresas no buscan satisfacer necesidades en común sino la de los accionistas o dueños, prevaleciendo en general el bienestar individual sobre el colectivo; en consecuencia la repartición de las ganancias tendrán mayor peso en el porcentaje de los propietarios. Las empresas se limitarán a cumplir con la normativa legal vigente para la repartición de sus utilidades. De igual manera la toma de decisiones estará direccionada y definida por una persona o grupo de personas, la ejecución puede ser consensuada pero siempre la decisión y estrategia está ya determinada por el dueño o accionista de la empresa. Si bien en la actualidad las empresas empiezan a tomar conciencia

de la importancia de involucrar a sus colaboradores en la toma de decisiones, estrategias y tendencias, la decisión siempre será unilateral y buscará cumplir necesidades particulares.

La autogestión

La constitución de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria requiere de socios productores que aporten al objetivo general de la asociación y busquen a través de su participación y contribución el bien común. Esta conformación hace que la responsabilidad, la toma de decisiones y su gestión recaigan sobre los mismos socios productores, dependiendo únicamente de su trabajo las ganancias y sostenibilidad de la asociación. La asociación brindará lineamientos, estrategias e incursionará en mercados que permitan ofertar los productos o servicios generados, sin embargo el éxito dependerá únicamente de la sinergia que los socios productores generen, es decir, de su autogestión. Los socios o miembros son los responsables de la producción, de la calidad de los productos y la administración de sus réditos.

La autogestión entendida bajo el principio de la Economía Popular y Solidaria no es una característica compatible con la gestión empresarial, retomando lo mencionado en el principio anterior, el empresario tendrá la última palabra para cualquier decisión que se requiera, su objetivo es claro y no negociable: su ganancia. La estrategia que se defina para la competitividad y éxito de la empresa a pesar de depender de todos los grupos de interés, está direccionada, dirigida y gestionada por un único interés.

Indicadores de la RSE no relacionados con los principios del asociativismo:

En la investigación se identificaron indicadores de la RSE que no pudieron ser comparados con los principios del asociativismo al no incluir temas referentes a los siguientes puntos. Sin embargo, es importante mencionar los indicadores excluidos con el objetivo de dar a conocer el campo de acción que la RSE busca conseguir en la gestión de las empresas. Los indicadores de la RSE excluidos son:

- Valores, Transparencia y Gobierno corporativo

- Público Interno, referente al diálogo y participación, respeto al individuo y trabajo decente.
- Proveedores, referente a la selección, evaluación y alianza con proveedores.
- Comunidad, referente a con la comunidad local y acción social.
- Gobierno y Sociedad, referente a la transparencia política y el liderazgo social.

Se explica a continuación las razones por las cuales estos indicadores han sido excluidos del presente estudio.

Indicador: Valores, Transparencia y Gobierno corporativo

Sub indicadores

- Autorregulación de la conducta.- referente a los compromisos éticos, concientización de los valores, estructura organizativa, prácticas y la cultura organizacional.
- Relaciones transparentes con la sociedad.- aspectos relacionados con la competencia, involucramiento y diálogo de los grupos de interés, así como los reportes, memorias o balances que la empresa utilice para comunicar su gestión.

Indicador: Público Interno, en este indicador se identificar sub indicadores relacionados, se detalla a continuación aquellos que fueron excluidos.

Sub indicadores

- Diálogo y participación.- entendida en las relaciones que la empresa genera con los sindicatos u otras asociaciones de empleados y su gestión participativa.
- Respeto al individuo.- el único aspecto no considerado en la relación con los principios de asociativismo fue compromiso con el desarrollo y el futuro infantil que pretende erradicar el trabajo infantil y asegurar su futuro.

- Trabajo decente.- determina los requerimientos y condiciones estipuladas para garantizar la salud ocupacional y la seguridad industrial de los colaboradores, así como políticas definidas de remuneración, despidos y jubilación.

Indicador: Proveedores

Sub indicadores

- Selección, evaluación y alianza con proveedores.- referente a las políticas que adopte la empresa para la selección, evaluación, contratación y contratación de proveedores garantizando una competencia justa y transparente para su elección. Pretende de igual manera identificar aspectos como trabajo infantil y el trabajo forzado en la cadena productiva y apoyar el desarrollo de sus proveedores.

Indicador: Comunidad

Sub indicadores

- Relaciones con la comunidad local.- busca conocer las relaciones que la empresa genere con la comunidad y organizaciones locales sobre las que su gestión pueda tener impacto.
- Acción Social.- enfocada en el financiamiento y el involucramiento de la empresa en la acción social, buscando erradicar la filantropía de donaciones y pretendiendo que esta acción sea sustentable y sostenible.

Indicador: Gobierno y Sociedad

Sub indicadores

- Transparencia política.- determina la correlación que la organización ha establecido con partidos políticos y sus contribuciones pero sobre todo los lineamientos que se hayan definido frente prácticas anticorrupción y anticoincumbencia.

- Liderazgo social.- aspectos concernientes con el rol que tiene la empresa ante problemas sociales, su contribución y aporte.

De esta manera la mayoría de los indicadores no comparados responden a la gestión propia de las empresas con grupos de interés como colaboradores, proveedores, comunidad, gobierno e incluso consigo misma. Estas interacciones no han sido definidas como importantes y mucho menos estratégicas, en consecuencia la empresa deslinda responsabilidades e interés en el impacto que pueda generar con alguno de estos grupos. Es así que la RSE hace hincapié en identificar estas debilidades para evitar que se vuelvan amenazas y vulneren su operatividad.

En el siguiente gráfico se consolidan los principios del asociativismo y los indicadores de la RSE que no fueron relacionados y son excluidos de la investigación.

Tabla 4. Principios del asociativismo e indicadores de la RSE excluidos de la investigación

ASOCIATIVISMO PRINCIPIOS NO RELACIONADOS	RSE INDICADORES NO RELACIONADOS	RSE SUBINDICADORES NO RELACIONADOS
La búsqueda del buen vivir y del bien común	Valores, Transparencia y Gobierno corporativo	- Autorregulación de la conducta - Relaciones transparente con la sociedad
La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales	Público Interno	- Diálogo y participación - Respeto al individuo - Trabajo decente
La autogestión	Proveedores Comunidad	- Selección, evaluación y alianza con los proveedores - Relaciones con la comunidad local - Acción Social
	Gobierno y Sociedad	- Transparencia Política - Liderazgo Social

Elaboración: Autora

4.4 Evidencia empírica

Durante la investigación no se encontró estudios que relacionen al asociativismo con la RSE o viceversa, de manera que la evidencia empírica detallada a continuación refiere al estudio del asociativismo, así como los criterios sobre el impacto que generaría el definir estrategias mancomunadas entre el sector empresarial y las organizaciones sociales. Se consideró esta información debido a que hace un acercamiento entre el asociativismo y el sector empresarial, definiendo ya una iniciativa de aprendizaje entre ambos.

4.4.1 Revisión de experiencias nacionales e internacionales

La propuesta desarrollada por Gonzalo Vásquez (2010) en su tesis titulada “La sostenibilidad de los emprendimientos asociativos de trabajadores autogestionados”, favoreció a nuestro estudio al proporcionar información referente a los principios del asociativismo y la relevancia de su sostenibilidad. El autor hace hincapié sobre la importante contribución de estas organizaciones a la economía de los países pero sobre todo, de la necesidad de que sean autogestionados. Si trasladamos estos conceptos al sector empresarial encontramos que los rasgos de estas asociaciones auto gestionadas que el autor define, responden a los lineamientos establecidos para la RSE según la norma ISO 26000.

Esta Norma, no certificable, busca promover iniciativas empresariales más allá del plano legal e incursionar en iniciativas de RSE de una manera integral, el contenido de la ISO 26000 considera siete aspectos concernientes a gobierno corporativo, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, consumidores y comunidad.

Es así como la propuesta de Vásquez sobre las condiciones y estrategias para la sostenibilidad de los emprendimientos asociativos que afirma “depende[n] del desarrollo de instituciones y políticas basadas en otros principios económicos: reciprocidad, redistribución, administración doméstica y planificación”(Gonzalo Vásquez,2010:1), empatan con las características que iniciativas como la ISO 26000 busca fomentar en la gestión empresarial a través de la responsabilidad social.

La primera revista electrónica de América Latina en su edición Agenda Social, Responsabilidad Social Empresarial y Gobernabilidad (2010) proporciona reflexiones importantes sobre la colaboración y estrategias que se debe desarrollar entre el sector empresarial y las organizaciones sociales, premisa básica en nuestra propuesta. Sandra Castillo autora de este apartado afirma:

El concepto plantea un cambio de cultura, que redefine las relaciones entre el sector privado, estado y la sociedad civil, sugiriendo que los empresarios se involucren personalmente en la actividad de las organizaciones del sector social, así como que las empresas contribuyan con las organizaciones del sector social mediante asistencia técnica, financiera y de asesoramiento. La clave del nuevo paradigma es lograr redefinir las relaciones entre los tres sectores y el rol de los consultores externos en empresas, gobiernos y organizaciones sociales. (Sandra Castillo, 2010: 1)

Es así como ambos estudios concuerdan con la oportunidad de generar aprendizajes de experiencias exitosas tanto del asociativismo como de la RSE, que puedan ser aplicados e incluso mejorados en la implementación de cualquiera de los dos organizaciones. A pesar de tener intereses distintos tanto la empresa como las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria pueden aprender, participar y generar ganancias en conjunto que beneficien a todos los actores de nuestro país.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con la información obtenida en este apartado se pudo confirmar que las prácticas desarrolladas por el asociativismo con sus “actores” pueden ser consideradas como iniciativas en un plan de acción para la gestión socialmente responsable de las pequeñas y medianas empresas. La información proporcionada por los funcionarios entrevistados: Wilson Cabrera, Asesor técnico de Cerro Azul y Lucrecia Alcívar, Directora ejecutiva de FECAFEM facilitó establecer el tipo de prácticas que pueden ser aplicadas a las pequeñas y medianas empresas sin enfocar su actividad comercial.

Las respuestas que se detallan a continuación corresponden a las prácticas relacionadas con los principios del asociativismo y los indicadores de la RSE seleccionados anteriormente y que podrán ser aplicados a las pequeñas y medianas empresas, siendo éstos: Consumo justo y responsable, equidad de género, respeto a la identidad cultural y responsabilidad social, ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas. De esta manera se buscarán responder a la hipótesis formulada y cumplir así con los objetivos del estudio. Se detallan a continuación las experiencias obtenidas de cada asociación:

En cuanto al cumplimiento de los principios del asociativismo ambas asociaciones afirmaron:

Cerro Azul

Wilson Cabrera, asesor técnico, afirmó que no existe claridad en la Ley para verificar el cumplimiento de los principios que rigen a las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, sin embargo Cerro Azul adoptó algunos lineamientos correspondientes al cooperativismo que aplica a las asociaciones y es permitido por la Ley. En consecuencia Cerro Azul decide garantizar su gestión, la calidad de sus productos y su razón de ser, a través de la certificación del Comercio Justo, cumpliendo de igual manera con la normativa legal establecida por los organismos del país como el Código de Trabajo.

A pesar de no estar estipuladas las acciones que garanticen el cumplimiento de los principios del asociativismo, Cabrera comenta que a partir del 2013 la Superintendencia de

Economía Popular y Solidaria inició acercamientos con las asociaciones para sociabilizar los planes de auditoría que se llevarán a cabo, aunque los lineamientos sobre los cuales serán medidos no son claros. (Wilson Cabrera, entrevista, 2014).

FECAFEM

Lucrecia Alcívar, Directora ejecutiva, nos comentó que el marco jurídico de la Federación no está definido en la LOEPS, sin embargo al ser una organización que gestiona y comercializa productos de 5 asociaciones busca cumplir con lo estipulado en la ley referente al asociativismo.

FECAFEM cuenta con varias certificaciones que guían y regulan su gestión, mencionando la más importante la del Comercio Justo y café orgánico. El plan de trabajo de la federación se base en los lineamientos que exige el Comercio Justo y regula la gestión de cada una de las asociaciones. Este plan es definido en asamblea general y auditado por los funcionarios de la Federación. Alcívar afirmó que a pesar de ser la Federación la que asume los gastos de las certificaciones, el proceso demanda que cada una de las asociaciones aplique lo determinado por el Comercio Justo, por este motivo si bien las auditorías y regulaciones inician con la gestión en sí de la Federación son ejecutadas a nivel de las asociaciones también.

La Directora de la Federación el Comercio Justo consideró aspectos de los principios del asociativismo como la equidad de género, prohibición al trabajo infantil, equidad en la repartición de la prima entre otros.

Como se pudo observar, no existen lineamientos estipulados para el cumplimiento de los principios del asociativismo en la LOEPS ni en la práctica diaria de las organizaciones entrevistadas. Sin embargo Cerro Azul y FECAFEM han guiado su gestión bajo los parámetros del Comercio Justo que a su manera de entender son coherentes con los principios del asociativismo.

Prácticas para asegurar el principio de: Consumo justo y responsable

Como se mencionó anteriormente el consumo justo y responsable ha sido analizado y relacionado bajo el siguiente concepto:

[...] El consumo ético se encuentra basado en dos premisas primordiales: Búsqueda de la información y la formación de un pensamiento crítico con la realidad que lo rodea, medios de comunicación y publicidad cuestionado que hay detrás de cada cosa que se consume y cuáles son sus consecuencias y segundo lugar la reducción de los niveles de consumo como una opción ética para el cambio de hábito de consumo [...] (Albán y Guerrero, 2013:22)

En base a esta información las prácticas que las asociaciones desarrollan frente a este principio son:

Cerro Azul

Wilson Cabrera comentó que la asociación cuenta con un sistema interno de control que es revisado diariamente por técnicos especializados en visitas de campo, cuyo principal objetivo es corroborar el cumplimiento de las normas técnicas, de calidad y los lineamientos del Comercio Justo. Estas normas y lineamientos están determinados en el plan de trabajo que es medido a través de indicadores y actividades definido por la asamblea, el plan pretende asegurar temas como: la no presencia de mano de obra infantil, ejecución de normas de calidad, número de capacitaciones y asesorías técnicas a los socios y la aplicación de las buenas prácticas de agricultura definidas en sus certificaciones (GLOBAL- GAP, FLO, etc.)

De esta manera Cerro Azul asegura que la producción de sus productos sea responsable y responda a estándares de agricultura que permitan al consumidor obtener un producto de calidad, y lo realiza no sólo exigiendo estos estándares técnicos sino que lo facilita a través de la concientización y capacitación de sus socios. La capacitación que la asociación proporciona está enfocada en técnicas y buenas prácticas de agricultura pero esencialmente a la comprensión de la importancia de generar “un producto de calidad, elaborado con respeto a la salud y cuidado a la naturaleza. [Siendo] una relación solidaria entre consumidores responsables y pequeños productores...” (Gobierno de Santa Fe, s/f; 12).

Cabrera afirmó que el incumplimiento de estas normas es sancionado según el Reglamento interno de la asociación

FECAFEM

Lucía afirmó que los compromisos que se adquieren con el Comercio Justo no son permutables y su cumplimiento es evaluado de acuerdo al plan de trabajo, el cual es decidido en asamblea general. Mencionó que dentro de las actividades contempladas en el plan de trabajo se definen actividades como: pruebas a la calidad del producto a comercialización a través de visitas técnicas y de auditoria, asesorías y capacitaciones técnicas concernientes a las condiciones de cosecha y entrega de café (cereza en fruto), al igual que capacitaciones teóricas y prácticas que la Federación proporciona a sus socios en temas de recolección, manipulación y envío del producto o necesidades puntuales de los productores.

Al ser “un comercio diferente, al comercio tradicional, que se basa en la justicia social, calidad de producto y el cuidado de la naturaleza” (Gobierno de Santa Fe, s/f; 12) los socios de la Federación son responsables de definir en consenso y equitativamente la repartición de la prima del comercio justo que es distribuido a los pequeño productores, definiéndola según Alcívar en la repartición no en recursos sino en obras que se decide en Asamblea General.

Finalmente comentó que la responsabilidad de la Federación además de mantener la certificación del Comercio Justo a través del cumplimiento del reglamento de calidad y del plan de trabajo, es también el del proceso de comercialización del café. Este proceso consiste en cambiar la forma del café que es entregado por sus socios a la forma final en la que es comercializado, es decir, cambiar su forma de café cereza a pergamino bajo la técnica en seco al doce por ciento que permite tener mayor control en la calidad del producto, dándole un valor agregado y obteniendo mejor precio de comercialización. (Lucrecia Alcívar, entrevista, 2014).

De ahí que la importancia de definir planes de trabajo que abarquen temas relacionados con: calidad del producto, calidad en el proceso del producto y la capacitación a quienes forman parte de la cadena de producción, respetando al medio ambiente y

garantizando el bienestar de los consumidores. Los mercados nacionales e internacionales son cada vez más críticos en la calidad del producto que demandan así como en los procesos responsables que tienen estos productos. Definir un plan de trabajo con actividades concretas de capacitación y auditorías permanentes de la calidad y el proceso del producto podrá garantizar el desarrollo sustentable y solidario de las pequeñas y medianas empresas.

Prácticas para asegurar el principio de: Equidad de género

En base a lo citado en el marco teórico, la Economía Popular y Solidaria a través de este principio pretende garantizar la participación y cooperación de todos los grupos sociales sin importar su género, ideología o raza incluyendo por su puesto a la mujer.

Cerro Azul

Wilson afirmó que es difícil cumplir con este lineamiento ya que las prácticas a aplicar pueden ser diversas, ante este lineamiento Cerro Azul cuenta con políticas de no discriminación de ideología, género y condición social. En la actualidad, la asociación no ha recibido solicitudes de socias ya que por la actividad es difícil contar con productoras mujeres, sin embargo Cabrera aseguró que de 147 socios 19 son mujeres y en caso de presentarse solicitudes para pertenecer a la asociación serán consideradas y evaluadas de la misma manera que los son todos los socios y bajo los parámetros del Comercio Justo. De esta manera la asociación cumple con este principio de no discriminación por género y garantiza el cumplimiento de los parámetros del Comercio Justo referentes a la calidad de su producto.

FECAFEM

Lucrecia mencionó que cumplir con este principio ha sido complejo debido a aspectos culturales e ideológicos de la provincia, y por la misma falta de interés de la mujer en incursionar en la producción. A pesar de ambos factores la federación cuenta con el veinte por ciento de productores mujeres y dos asociaciones lideradas por mujeres, esto ha

demostrado que a pesar de las limitaciones ideológicas y culturas, en la actualidad la inclusión de las mujeres productoras ha ido creciendo.

Dentro de las estrategias de la Federación frente a este principio Lucrecia mencionó: la incursión de 16 mujeres en la elaboración de café orgánico, la exigencia de la participación de las esposas y/o hijas de los socios en las asambleas, requerimiento incluido en los estatutos de FECAFEM, así como la selección de cupos para socias, esposas e hijas de los socios en eventos o capacitaciones sin importar el tema a tratar. Para Alcívar estas iniciativas permiten que las mujeres, sin importar su papel en la federación, puedan participar, conocer e identificar oportunidades para su inclusión en el trabajo, viéndose como generadoras de ingresos económicos para sus familias y no simplemente como actoras pasivas en el cuidado de la casa, hijos y marido.

Si bien las organizaciones entrevistadas no pueden mencionar prácticas dadas por el asociativismo para cumplir con este principio, ambas han generado estrategias que les permitan a las mujeres ser tratadas de la misma manera que el resto de sus socios. Las mujeres que decidan incursionar, participar y formar parte tanto de Cerro Azul como de FECAFEM podrán participar en procesos transparente de selección y calificación de socios al igual que el resto de socios de género masculino, garantizan desde esta práctica base el cumplimiento de este principio. De igual manera se rescata las prácticas desarrolladas por FECAFEM quienes buscan ir más allá que esperar la iniciativa de la mujer para trabajar, sino que potencializan a las mujeres que forman parte de la familia de sus socios. Fomentan y exigen la participación activa de madres e hijas de los socios, concientizándolos sobre la importancia del papel de la mujer en la economía y desarrollo de la familia.

Prácticas para asegurar el principio de: Respeto a la identidad cultural

De lo definido en el marco teórico sobre este principio, se resalta la importancia y riqueza de las diferencias no sólo ideológicas sino también culturas, “[...] las diferencias serán entendidas como un potencial social, para construir un país más equitativo, solidario, respetuoso y justo.” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013:28)

Cerro Azul

Para Cabrera este principio está definido en la política de no discriminación que la asociación tiene, afirmó que en la actualidad no ha habido casos de discriminación cultural por parte de los funcionarios de la asociación o entre socios. Se fomenta permanentemente el respeto a la ideología, tradiciones y cultura de todos quienes conforman Cerro Azul.

FECAFEM

Para Lucrecia la cultura se la vive diariamente con la forma de pensar y ser de cada socio, e incluso de aquella determinada por la provincia y la región en la que se desarrolla FECAFEM. Aseguró que velan por este principio en las políticas definidas para el respeto de ideología, raza y creencias, así como las oportunidades laborales y de emprendimiento que se proporciona de manera equitativa a sus socios.

Si bien este principio está basado en los derechos humanos y la Constitución ecuatoriana que garantiza la no discriminación cultural; en la práctica de la asociación y federación el respeto a la identidad cultural está dado por el respeto a las tradiciones e ideologías de cada uno de sus socios. Por este motivo las acciones, iniciativas y decisiones nacen de ellos porque son quienes conocen sus necesidades y basan su gestión en su ideología y creencia, del mismo modo en que lo hicieron sus antepasados, si bien los lineamientos del Comercio Justo facilita la formación y capacitación técnica, el pequeño productor aún maneja su forma artesanal de producción.

Prácticas para asegurar el principio de: Responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas

A pesar de que este principio fue desglosado en la investigación teórica, la pregunta realizada a los funcionarios de la Federación y asociación fue de manera general con el objetivo de conocer los aspectos más relevantes para el cumplimiento de este principio según su criterio. Se obtuvo las prácticas más importantes de cada organización que a pesar de ser generales

debido a las políticas de confidencialidad de la información de Cerro Azul y FECAFEM, aportaron a la investigación.

Resumimos este principio como el compromiso con la sociedad, comunidad y el medio ambiente “garantizando los derechos de la naturaleza y [promoviendo] el comercio justo, ético y responsable que promueve el bienestar de sus miembros, la comunidad y las generaciones futuras” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2013: 30).

Cerro Azul

En relación al cuidado del medio ambiente, Cerro Azul cuentan con prácticas acordes al Comercio Justo y certificaciones como Global Gap que son buenas prácticas de agricultura. La asociación tiene programas de capacitación para sus socios en temas concernientes al uso y manejo de agroquímicos, ciclos de fumigación, entre otros. Además cuentan con programas de fertilización gratuita para mejorar las fincas de sus socios y aumentar la producción a través de análisis de suelo, raíz y hojas de las finca mejorando sus condiciones. Estos planes de capacitación son medidos a través de su indicador de cumplimiento de al menos el 80% de los socios capacitados. (Wilson Cabrera, entrevista, 2014).

Wilson mencionó de manera general los programas que desarrollan y apuntalan a la gestión responsable y sostenible de la asociación son: rediseño de empacadora con el sistema de agua corrida, programas de fertilización, planes de capacitación y asesoría técnica para todos los socios, asistencia técnica permanente, proyectos de apoyo y desarrollo para la asociación a través de instituciones del estado como Ministerio de Industrias y Productividad (proyecto PRONERY-MAGAP), gestión y soporte en la cobertura vegetal en fincas de productores. Todos estos programas tienen como objetivo formar al pequeño productor en buenas prácticas agrícolas que garanticen la calidad del producto comercializado, los funcionarios de la asociación validan este cumplimiento a través de programas, visitas y auditorías técnicas permanentes. Adicional a lo mencionado sus socios cuentan con un precio justo y estable de comercialización.

En referencia al resto de prácticas que Cerro Azul gestiona y apuntan a aspectos, sociales, solidarios y de rendición de cuentas Cabrera señaló que sus socios pueden acceder

a programas que contribuyen a su desarrollo y el de sus familias como bonos de educación para hijos o nietos de los socios, de esta manera se pretende reducir los gastos por concepto de matrículas, útiles escolares, uniformes entre otros. Para hacer uso de este beneficio solo se requiere ser socio y pertenecer a la asociación al menos 6 meses. Otro beneficio es el bono de salud destinado a cubrir calamidades médicas de los socios y sus familias (cónyuge e hijos), en la actualidad la asociación cuenta con convenios con proveedores prestadores de atención médica como Fundación Dale.

Para Cerro Azul su relación con la sociedad es esencial por este motivo ha desarrollado programas con la comunidad en la que se obsequian regalos y se realizan programas en días especiales como el día de la madre, el niño, navidad entre otras. Asimismo cuentan con programas cuyo campo de acción se enfoca a lugares donde se encuentran sus socios y se identifican necesidades puntuales como alumbrado y acceso en las vías, gestionando esta ayuda a través de alianzas con proveedores que puedan cubrir estas necesidades o con organismos y entidades públicas.

FECAFEM

Para FECAFEM el cuidado del medio ambiente es indispensable por lo que han desarrollado capacitaciones para que los productores adhieren a su gestión prácticas ambientales y manejo de desechos que reducen su impacto en el medio ambiente, Lucrecia afirmó que la Federación realiza asesorías técnicas así como monitoreos permanentes de estas prácticas y visitas de campo en las que se valida este cumplimiento.

La Directora Ejecutiva hizo énfasis en la gestión de la Federación basada en el Comercio Justo y el compromiso que tienen con éste, por lo que sus programas responden a sus lineamientos a través de prácticas como la prohibición del trabajo infantil, aunque ha sido complicado, nos comentó Lucrecia, debido a la cultura de los socios, es común ver a jóvenes y niños obligados a ayudar a sus padres en la recolección de café. Muchos jóvenes son padres de familia que deben sustentar a su familia y forman parte de la mano de obra de sus padres, sin embargo debido a los lineamientos del Comercio Justo esta práctica no es permitida.

Otros programas corresponden a capacitaciones para socios sobre emprendimiento, aspectos técnicos y comercialización del producto que no se vende en el exterior, velando siempre por la calidad del producto que les permita posicionarse y mantenerse en el mercado objetivo. La Federación es responsable de mejorar los precios de comercialización así como ubicar el cien por ciento de la producción de socios y contar con capital oportuno para sus cosechas, plan de acopio o venta.

Coherentes con su compromiso con la sociedad y comunidades FECAFEM oferta programas integrales de capacitación tanto para los socios como para sus familias, es por eso que se brindan asesorías al productor y a su familia en temas de manejo de su negocio, legal, tributario y contable sin costo alguno. La Federación a través de la gestión de sus propios recursos es responsable de cubrir con los costos generados por asesorías y capacitaciones técnicas ya que son inversiones que a largo plazo beneficiarán a todos los socios.

A pesar de no contar con programas integrales para responder necesidades de la comunidad, FECAFEM brinda asesorías y da soporte en la gestión que los socios y sus comunidades requieran para trámites de temas de agua potable, salud pública a gestionarlo con autoridades públicas.

Como se pudo identificar las prácticas que la asociación y la Federación de asociaciones han desarrollado comulgan con los lineamientos del Comercio Justo que resaltan temas como el rechazo a la explotación y trabajo infantil, igualdad entre hombres y mujeres, el trabajo digno respetando los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y las prácticas y relaciones con los proveedores, consumidores y sociedad.

A pesar de que las prácticas de ambas organizaciones responden a su actividad agrícola tienen bases similares que permitieron cumplir en cierta medida con la hipótesis de la investigación, ya que no se pudo relacionar al cien por ciento los principios del asociativismo con los indicadores del RSE. Sin embargo consideramos que la información obtenida es enriquecedora para la elaboración de las siguientes propuestas.

Con el análisis de resultados, se procede a detallar las prácticas que pueden ser sugeridas para la gestión de la RSE de PYMES en relación a los indicadores de la RSE seleccionados.

Prácticas sugeridas a los indicadores de la RSE

De acuerdo al estudio presentado se proponen las siguientes prácticas como alternativa de un plan de acción en la implementación de la RSE en pequeñas y medianas. Se detalla el indicador general de la RSE al cual aporta la práctica propuesta.

Indicador RSE: Consumidores y clientes

Principio del asociativismo: Consumo justo y responsable

Prácticas sugeridas

- Implementar y asegurar un sistema de gestión de calidad de los productos, servicios y los procesos que éstos conllevan. El sistema de gestión de calidad exige actividades coordinadas, documentadas e integradas a los procesos técnicos y gerenciales, que garanticen la satisfacción del cliente y el logro de los objetivos organizacionales. Las PYMES pueden incursionar en la implementación del sistema de gestión de calidad a través de los lineamientos establecidos por la norma ISO 9001, que detalla los requisitos para su certificación.

Existen diversos asesores técnicos que pueden acompañar este proceso y cuyos costos variarán según el proveedor seleccionado. Este valor más que un gasto será una inversión por todos los beneficios que la empresa alcanzará, al ser reconocida por contar con un sistema de gestión de calidad, como lo demuestra las experiencias de Cerro Azul y FECAFEM.

- Certificar sus prácticas de acuerdo al giro del negocio, de esta manera las PYMES pueden contar con guías, asesorías y capacitaciones técnicas para el desarrollo de buenas prácticas. Por ejemplo si el giro de negocio de la PYME es la agricultura, ésta puede optar por regirse a los lineamientos del GLOBALG.A.P que garantiza a través de sus asesorías y auditorías buenas prácticas agrícolas, enfocadas al cumplimiento de tres aspectos como el cultivo, producción animal y acuicultura. Estas prácticas apalancarán una gestión sostenible al abarcar temas como métodos de producción, uso responsable del agua, alimentación adecuada para animales y aspectos de

reproducción vegetal, disminuyendo sus gastos en auditorías permanentes para garantizar estos criterios en sus productos, servicios y procesos.

Este tipo de certificaciones permitirán a las PYMES contar con un valor agregado y facilitar su acceso a mercados nacionales e internacionales como lo afirma la experiencia de Cerro Azul.

Indicador RSE: Público Interno

Principio del asociativismo: Equidad de género

Prácticas sugeridas:

- Implementar políticas referentes al desarrollo, respeto y participación de las mujeres en grupos multidisciplinarios y en toma de decisiones, garantizando su cumplimiento a través de auditorías internas y externas.

Esta iniciativa requiere una madures organizacional para comprender la importante de la participación de la mujer en todas sus líneas y estructura, no se sugiere que haya preferencia por profesionales mujeres sino que se transparente los procesos de selección, evaluación y ascensos de acuerdo a un perfil profesional en donde el género no sea un factor decisivo.

- Desarrollar programas que involucren a las esposas e hijas de colaboradoras en temas que agreguen valor a su desarrollo y por ende al de la familia del colaborador como por ejemplo economía familiar, emprendimiento, reciclaje entre otros. Compartir información de interés mediante correos electrónicos o redes sociales con las familias de colaboradores y demás grupos de interés genera participación activa de sus actores, incluyendo de igual manera a las mujeres.
- Incluir en las estructuras jerárquicas mujeres profesionales a través de políticas transparentes que garanticen procesos de selección no discriminantes.

Indicador RSE: Público Interno

Principio del asociativismo: El respeto a la identidad cultural

Prácticas sugeridas

- Implementar políticas referentes al desarrollo, respeto y participación de colaboradores con distinta identidad cultural en grupos multidisciplinarios y en toma de decisiones.
- Potencializar la diversidad en grupos focales para enriquecer ideas sobre los productos o servicios comercializados, aplicando esta estrategia no sólo con los colaboradores de la organización o asociación sino con todos los grupos de interés como proveedores, comunidad entre otros cuyas diferencias faciliten y potencialicen el cumplimiento de los objetivos.

Si bien las propuestas definidas en los aspectos de equidad de género y respeto a la identidad cultural refieren únicamente al desarrollo de políticas y lineamientos, representan una importante consideración en el establecimiento de una cultura que valora, respeta y se nutre de estas diferencias. Si bien Cerro Azul y FECAFEM ha tienen otras prácticas para apalancar estos principios, mencionan que al estar estipulado en un reglamento y políticas oficiales de las asociaciones, todos sus miembros son conscientes de que el respeto a la diferencia cultural e igualdad de género es un valor que rige la funcionalidad y la convivencia de la asociación. Ninguna de las dos representantes de las asociaciones pudo mencionar un caso de discriminación de género o identidad cultural, sin embargo recalcaron que en ser el caso se procedería de la manera que está estipulado en su reglamento interno que sanciona este tipo de comportamientos.

En concordancia con lo mencionada si la pequeña y mediana empresa decide incursionar en la gestión socialmente responsable, uno de sus puntos de acción es garantizar el respeto, valoración y desarrollo por todos quienes la conforman. El establecer políticas y lineamientos claros sobre el respeto a la identidad cultural y la equidad de género facilitará a la empresa para crear una cultura organizacional que entienda la importancia de involucrar y desarrollar a estos grupos, y siendo el principal actor en situaciones de discriminación.

Indicador RSE: Medio Ambiente

Principio del asociativismo: La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas

Prácticas sugeridas

- Implementar un sistema de gestión ambiental bajo principios de mejora continua, que no se encarguen de corregir impactos ambientales sino de prevenirlos, y que garantice un desempeño ambiental empresarial bajo estándares reconocidos internacionalmente como la norma ISO 140001. Esta normativa parte el compromiso y conciencia que tenga la alta gerencia con el cuidado del medio ambiente, incluyendo en sus procesos y políticas lineamientos referentes el cumplimiento con requisitos legales y la transparencia en la información sobre sus aspectos e impactos ambientales. Este sistema facilitará a la PYME identificar y actuar sobre su impacto ambiental y el de su cadena de producción, así como definir políticas ambientales y sobre el manejo de desechos producidos por su propia gestión.

Este sistema de gestión ambiental sugiere las acciones que la PYME debe tomar con sus grupos de interés, a quienes afecta y éstas afectan al medio ambiente, incluyendo a sus proveedores y clientes. Es así como sus lineamientos incluyen acciones como involucrar a sus proveedores en una gestión ambiental responsable a través de capacitaciones, asesoría e incluso requisitos de prácticas responsables con el medio ambiente.

- Desarrollar productos y optimizar procesos para que sean amigables con el medio ambiente y que a su vez cuenten con certificaciones que garanticen prácticas ambientalmente responsables como la mencionada en el primer principio GLOBALG.A.P en base a la experiencia compartida por FECAFEM.
- Involucrar a todos los actores de su cadena de producción como proveedores, haciéndoles partícipes de las buenas prácticas ambientales y asesorándolos sobre nuevas y mejores tendencias en procesos de producción. La PYME puede compartir información relevante sobre el impacto ambiental que su negocio genera y que puede

ser mitigada al adoptar prácticas como el reciclaje, la reutilización, ahorro y optimización de recursos energéticos entre otros. En la actualidad la información sobre buenas prácticas ambientales son gratuitas y de libre alcance, varias empresas publican en redes sociales y en internet sus experiencias y sugerencias sobre formas de cuidar el medio ambiente que pueden ser aplicadas por las PYMES. Es importante considerar que el éxito de toda práctica o iniciativa debe estar sustentado de la conciencia y compromiso ambiental de la gerencia general de la empresa.

- En cuanto a las prácticas relacionadas con la comunidad tanto Cerro Azul como FECAFEM festejan con sus grupos de interés fechas reconocidas internacionalmente como el día de la madre, del niño, navidad entre otras. La PYME puede establecer programas que reconozcan y hagan partícipes a los grupos de interés más desprotegidos como son comunidades cercanas desatendidas o en las que su gestión tenga impacto. Estos programas responden no sólo a días festivos sino también a necesidades puntuales de sus socios como asesorías para trámites con entidades públicas para acceder a servicios básicos. Es así como la organización demuestra su real interés y preocupación por lo que pueda sucederle a este grupo de interés. La PYME puede partir de un mapeo de sus grupos de interés y el impacto que tiene sobre ellos y viceversa, identificando planes de acción que estén en su facultad pero que busquen agregar valor a la necesidad identificada y que sea sostenible y posteriormente autogestionada.

Se presenta a continuación de manera general y consolidada las propuestas desarrolladas en este apartado, que pueden ser consideradas en el plan de acción de las PYMES en su gestión socialmente responsable.

Tabla 5. Resumen prácticas sugeridas para la gestión socialmente responsable PYMES

ASOCIATIVISMO PRINCIPIOS	RSE INDICADORES CERES	RSE SUBINDICADORES CERES	PROPUESTA DE PRACTICAS PARA LA RSE
Principio 3 Consumo justo y responsable	Indicador Consumidores y Clientes	Dimensión Social del Consumo Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial. Indicador 30 – Excelencia de la Atención. Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios.	- Implementación del Sistemas de Calidad - Buenas prácticas de acuerdo al giro del negocio de la PYME - Sistemas de Control basados en capacitaciones técnicas a todos los grupos de interés que influyan en su cadena de valor como proveedores. - Información sobre el contenido de los productos
Principio 4 La equidad de género	Indicador Público Interno	Respeto al individuo Indicador 13- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	- Implementar políticas referentes al desarrollo, respeto y participación de las mujeres en grupos multidisciplinarios y en toma de decisiones. - Implementar programas empresariales, de capacitación y familiares que involucren a las esposas de colaboradoras.
Principio 5 El respeto a la identidad cultural	Indicador Público Interno	Respeto al individuo Indicador 11 – Valoración de la Diversidad Indicador 12 – Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	- Implementar políticas referentes al desarrollo, respeto y participación de colaboradores con distinta identidad cultural en grupos multidisciplinarios y en toma de decisiones. - Grupos focales para enriquecer ideas sobre los productos o servicios comercializados.

Elaboración: Autora

Tabla 05: Resumen prácticas sugeridas para la gestión socialmente responsable de PYMES

ASOCIATIVISMO PRINCIPIOS	RSE INDICADORES CERES	RSE SUBINDICADORES CERES	PROPUESTA DE PRACTICAS PARA LA RSE
Principio 7 La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas	Indicador Medio Ambiente	Indicador Responsabilidad con las generaciones futuras Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental Gerenciamiento del Impacto Ambiental Indicador 22 – Gerenciamiento del impacto en el Medio Ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar un sistema de gestión ambiental. - Sistema integral que involucre a los grupos de interés como proveedores y clientes - Políticas sobre el manejo de desechos producidos por la gestión de la PYME - Capacitación constante a los colaboradores y proveedores sobre nuevas y mejores prácticas en la cadena de valor para reducir impacto ambiental Productos y procesos amigables con el medio ambiente.

Elaboración: Autora

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El análisis de la información recopilada demostró que la hipótesis se cumplía parcialmente si bien se pudo proponer prácticas reales para la implementación de la RSE en pequeñas y medianas empresas, los lineamientos, directrices e información sobre el asociativismo y sus principios no está sustentada a través de registros o decretos oficiales por parte del Gobierno o sus organismos de control. Por este motivo la presente investigación nutrió su investigación de distintas fuentes para poder establecer una relación, en primera instancia teórica, sobre las organizaciones asociativas y la RSE, y posteriormente en la investigación práctica con las asociaciones, se tuvo que relacionar las prácticas que Cerro Azul y FECAFEM han desarrollado en base a los lineamientos del Comercio Justo más que basados en los principios del asociativismo, con los principios sugeridos por la RSE.

A continuación se presentan las conclusiones de la investigación de acuerdo a los objetivos planteados inicialmente

Objetivo uno: Establecer una relación entre el asociativismo y la responsabilidad social empresarial

Durante la investigación se encontró varias dificultades para poder relacionar al asociativismo con la RSE, debido a que los lineamientos y parámetros estipulados para el asociativismo son muy generales y no están especificados en la LOEPS. No se pudo acceder a información oficial por parte del Gobierno o organismos de control que midan y aseguren la gestión de la asociación como organización de la Economía Popular y Solidaria. La única información que podía determinar las características del asociativismo fueron los principios de la Economía Popular y Solidaria, ya que cualquier organización que forme parte de esta economía debe regirse bajo estos principios.

En cuanto a la investigación de la RSE se identificó varias tendencias y criterios, seleccionando los más relevantes e importantes para el presente estudio. Es así como se adoptó la propuesta del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), que propone indicadores de medición que permiten a las empresas conocer su nivel de

incursión en la RSE y que a pesar de responder a iniciativas globales como Pacto Global, ISO 26000 y GRI, han sido adaptados a la realidad empresarial y cultural de nuestro país.

Después del análisis teórico realizado se cumplió con el primer objetivo de la investigación que pretendía establecer una relación entre el asociativismo y la responsabilidad social empresarial. Es así como a través de la comparación de los principios del asociativismo con los indicadores de la RSE se estableció una relación de cuatro de los siete principios. A continuación se presenta las conclusiones de la relación establecida entre los principios del asociativismo con los indicadores de la RSE.

Principio asociativismo: El comercio justo y consumo ético y responsable

Indicador RSE: Consumidores y clientes

Se destaca de este principio el consumo ético y responsable entendido desde la calidad del producto y los procesos que éste conlleve, así como las acciones que se tiene con los actores de su cadena de producción, respetando al medio ambiente y garantizando el bienestar de los consumidores.

El indicador de Consumidores y clientes de la RSE sugiere a las empresas adoptar políticas y prácticas concernientes a comunicación comercial, excelencia en la atención al cliente, conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios. Buscando hacer más transparente el uso de sus productos y servicios, así como su relación con sus clientes y consumidores.

Se concluye que la relación establecida son los aspectos de: la transparencia de la información de los productos, servicios que se ofertan, la cadena de producción, publicidad y las consecuencias de cada uno de estos criterios.

Principio del asociativismo: La equidad de género

Indicador RSE: Indicador público interno

A través de este principio la Economía Popular y Solidaria pretende garantizar la participación y cooperación de todos los grupos sociales sin importar su género, ideología o raza. Las prácticas que cada asociación adopte para cumplir con este principio deberán garantizar la inclusión, participación y desarrollo ecuánime de estos grupos, incluyendo especialmente a la mujer.

El indicador Público Interno de la RSE incluye varios sub indicadores, relacionados con los aspectos del compromiso de la equidad de género que mide a las empresas la incidencia y prácticas como: promociones equitativas de género, políticas de valoración y no discriminación a la diversidad, políticas de no contratación, despido o promoción basado en el estado civil o género aplicados de igual manera a los procesos de selección de personal y remuneraciones o bonos económicos.

Es así como se compara este principio con el indicador al buscar la inclusión y participación equitativa del género femenino que por historia ha sido excluido en el desarrollo económico de nuestro país. De esta manera se procura que las oportunidades para cualquier de los dos géneros sea transparente y objetiva, basada en su capacidad, habilidades y conocimientos.

Principio del asociativismo: El respeto a la identidad cultural

Indicador RSE: Indicador público interno

El asociativismo defiende la pluriculturalidad de nuestro país y la rescata como potencial diferenciador del éxito no sólo de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria sino del país. En la diversidad se encuentra la riqueza no sólo cultural sino también productiva, el éxito de las asociaciones y empresas se construye con los aportes de cada persona sin importar su identidad o ideología.

La RSE por su parte promueve igualmente el respeto a la identidad cultural a través de la valoración de la diversidad, entendida como las diferencias ideológicas, políticas, religiosas entre otras que caracterizan a sus actores. Sugiere a las empresas desarrollar políticas y prácticas referentes a la valoración y no discriminación en procesos formales de selección, administración, promoción, movilidad interna y despido de sus colaboradores. Así mismo, la definición de mecanismos y canales formales para denuncias y averiguaciones de hechos que involucren posibles casos de discriminación.

Como se pudo observar la relación de ambos puntos mencionados radica en la valoración de la diversidad y las prácticas anti discriminatorias de la identidad cultural. Para la asociación y la RSE este aspecto es fundamental porque nace de los derechos humanos y de nuestra constitución que rige nuestro diario vivir. Somos un país

pluricultural que demanda la inclusión, respeto y desarrollo de todos los grupos que lo conforman.

Principio del asociativismo: La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas

Indicador RSE: Medio Ambiente

Los aspectos presentes en este indicador son amplios y pueden ser enriquecidos con los criterios de varios autores, sin embargo y con el objetivo de comprender al indicador se recogió de éste, temas centrados en el compromiso con la sociedad, comunidad y el medio ambiente. Enfocado a estos aspectos, el principio procura garantizar los derechos de la naturaleza y el bienestar de la sociedad, promoviendo a su vez las prácticas del comercio justo, ético y responsable.

De igual manera la RSE reconoce la necesidad de identificar los actuales y posibles daños al medio ambiente y tomar acciones sobre éstos, la definición de estas estrategias dependerán de la naturaleza de la empresa sin embargo los lineamientos son claros y apuntan a desarrollar metas y objetivos ambientales así como participar en programas de educación, concientización y formación ambiental. La RSE enfoca sus esfuerzos al impacto, gestión ambiental y la sustentabilidad de la economía forestal.

Es así como se definió la relación entre el asociativismo y la RSE basado en el análisis de los principios de la Economía Popular y Solidaria que rigen a todas las organizaciones que lo conforman. Sin embargo este análisis también excluyó tres principios del asociativismo y cuatro indicadores de la RSE ya que respondían específicamente a la naturaleza por la que es concebida tanto la asociación como la empresa. Se detalla a continuación la conclusión de estas exclusiones.

No se pudo relacionar los siguientes indicadores del asociativismo: la búsqueda del buen vivir y el bien común, la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales y la autogestión. Básicamente esta excepción responde a que los tres principios se basan en alcanzar un objetivo en común, en generar ganancias comunes y sostenibles bajo un marco de respeto y comunión entre el ser humano, sociedad y naturaleza. Estas organizaciones buscan un equilibrio entre la contribución del trabajo y las ganancias que éstas generen, los socios son responsables la producción,

administración y repartición de la ganancia siendo los únicos que pueden garantizar la sostenibilidad de la asociación.

Todas estas características son opuestas a la gestión empresarial, la cual tiene como principal objetivo responder a intereses individuales. Las estrategias que se plantean en cuanto a producción, comercialización y administración de recursos físicos y financieros son unilaterales y siempre velarán por los intereses de una persona o un grupo específico de personas. En esta relación el capital prevalecerá sobre el trabajo y el bien común. Por más que la empresa defina estrategias de participación de sus grupos de interés la última decisión la tendrá siempre la directiva, dueño o propietario de la empresa. La autogestión será la gestión unipersonal y la participación de los demás actores serán únicamente limitadas a la ejecución de esta directriz.

De igual manera los indicadores de la RSE que no se pudieron relacionar con la asociatividad son los referidos a valores, transparencia y gobierno corporativo, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad. Se incluyen sub indicadores del indicador público interno como diálogo, participación y trabajo decente. La RSE pretende encaminar una gestión empresarial social, ambiental y económicamente responsable, sin embargo la mayor parte de sus lineamientos son correctivos más que preventivos. La historia demuestra que el impacto que las empresas han tenido con la sociedad y medio ambiente, han obligado a establecer iniciativas mundiales que regulen esta gestión, es por esta razón que los indicadores mencionados refieren a las relaciones que las empresas deben generar y cuidar con colaboradores, proveedores, clientes, comunidad y las organizaciones que se formen de éstos como sindicatos o asociaciones de empleados.

Adicionalmente se identificó que estos indicadores respondían a una cultura organizacional regulada por valores, estructuras y relaciones organizacionales, propendiendo a construir relaciones efectivas y sostenibles con proveedores, comunidad y medio ambiente. Esta constitución e interacción se contrapone con la naturaleza de la asociación, ya que su gestión es participativa y consensuada, nuevamente los intereses individual prevalece sobre el colectivo.

Objetivo dos: Relacionar las prácticas del asociativismo con los principios de la RSE y su aplicabilidad en la gestión de las PYMES

Como se pudo observar en el apartado de las propuestas, se sugirieron las prácticas del asociativismo para los indicadores de la RSE referentes al consumo justo y responsable,

equidad de género e identidad cultural, cumpliendo así el objetivo en mención. Sin embargo el análisis realizado nos lleva que además a concluir que a pesar de la relación teórica encontrada y la aplicabilidad de las prácticas de Cerro Azul y FECAFEM, hay factores esenciales que le han permitido al asociativismo incursionar estas prácticas, mencionados a continuación estos puntos considerados:

La preocupación e interés por la calidad de sus productos ha llevado al asociativismo a buscar asesorías que le enseñen técnicas y prácticas que garanticen la calidad de sus productos y la competitividad en los mercados nacionales e internacionales. Ambas organizaciones cuentan con certificaciones de buenas prácticas agrícolas y de calidad de sus productos. Implementar estos procesos en cada uno de sus miembros fue un proceso que conllevó esfuerzo y persistencia, pero que generó ganancia y estabilidad para todos quienes conforman las asociaciones. El compromiso y la búsqueda del bien común, hizo que estos pequeños productores, a pesar de no conocer sobre técnicas, procedimientos y estándares de calidad, decidieron apostar a la producción y comercialización de estos productos, convirtiendo a esta decisión en una estrategia de rentabilidad y sostenibilidad que hoy en día les ha permitido ser exportadores de banana y café a mercados exigente como Estados Unidos y Europa.

Otro factor que sobresalió en la investigación y forma parte de las propuestas fue el cuidado del medio ambiente. En este aspecto tanto la asociación como la Federación cuentan con certificaciones y prácticas que son permanentemente auditadas y forman parte del sello de calidad de sus productos y procesos. De modo que la importancia que tiene el medio ambiente para los miembros de las asociaciones radica en la concientización sobre la riqueza limitada que tiene la naturaleza y la dependencia de su actividad económica. Es así que agradecen por estos beneficios pero a la vez comprenden su responsabilidad de cuidar el medio ambiente y generar prácticas que lo conserven y minimicen el impacto de su actividad. La importancia de cuidar del medio ambiente es un tema que nos concierne a todos y las PYMES no pueden deslindarse del tema, por más que su producción sea mínima o esté enfocada a servicios siempre habrá un impacto que ponga en riesgo a la naturaleza y a quienes vivimos en ella.

Nuevamente esta conclusión parte de la conciencia que desarrollemos sobre las consecuencias de nuestras acciones y las alternativas que desarrollemos para minimizarlas. Solo el compromiso de la alta gerencia podrá repercutir y gestionar en

acciones conscientes y responsables que le permitan a la empresa ser posicionada y considerada en cualquier tipo de mercado. Hoy en día el producto o servicio como tal no es el único factor decisivo para ser preferido por un mercado cada vez más exigente con la gestión social, económica y ambiental de las empresas.

En cuanto a los principios de igualdad de género e identidad cultural si bien las asociaciones no pudieron mencionar prácticas específicas, recalcaron la importancia de establecer políticas en las que se estipule claramente a estos principios. Generar una cultura respetuosa con la diversidad cultural y la equidad de género, potencializará estas diferencias en riquezas de pensamientos que innoven y agreguen valor en la gestión empresarial. Si los colaboradores sienten respeto y transparencia en su selección, capacitación y crecimiento profesional generarán compromisos con la organización que se verán reflejados en mejores servicios, productos e incluso atención a sus clientes y consumidores, beneficiando de igual manera a la empresa.

Esta estrategia debe estar basada en una política de contribución social y bienestar de sus colaboradores, caso contrario estas actividades recaen en el punto más cuestionado de las empresas: hacer filantropía y caridad con los grupos más necesitados. La RSE sugiere actividades que sean sustentables y sostenibles para que pueden ser consideradas como una real estrategia responsable y que genere valor ante el grupo de interés involucrado. La RSE “no es solo una tendencia actual cuyo principal objetivo es presentar una imagen humanitaria y filantrópica de las organizaciones; es un complejo tramado de acciones que deben ser llevadas adelante para contribuir al cuidado ambiental, el bienestar de los trabajadores, el desarrollo de la comunidad y la protección del consumidor” (Dante Pese Gonzalez, 2014: 111). Las PYMES podrán considerar las prácticas que mejor se relacionen a su razón social pero deben estar convencidos de la necesidad de ser responsables con los impactos que generan y que por más que el beneficio final sea para una persona, dueño o propietario, si la gestión es adecuada y socialmente responsable la ganancia finalmente aportará al bien de todos.

Es así que la hipótesis planteada en la presente investigación se cumple al relacionar las prácticas desarrolladas por Cerro Azul y FECAFEM con los principios del asociativismo, y éstos a su vez con los indicadores de la responsabilidad social empresarial. Las sugerencias propuestas pretenden contribuir en la incursión de las pequeñas y medianas empresas en la responsabilidad social empresarial; tendencia que

hoy en día pasa de ser filantropía para ser considerado un valor organizacional que es apreciado por todos los consumidores y clientes que exigimos un producto y servicio social, ambiental y económicamente responsable.

Finalmente podemos concluir que a pesar de todas las prácticas, certificaciones, guías técnicas o capacitaciones que se puedan sugerir, el incursionar en una gestión socialmente responsable requiere nacer de la consciencia y el compromiso de la alta gerencia y líderes que comprenden que el beneficio económico que puedan tener con su empresa depende de la relación de todos quienes la conforman, es decir, de sus colaboradores, proveedores y clientes que interactúan en una comunidad y un medio ambiente que no será sostenible si no se cuida de éste. Sin una estrategia fundamentada en construir un mejor mañana, velando por los recursos del hoy, la sostenibilidad y rentabilidad de las pequeñas, medianas e incluso grandes empresas se verá en riesgo. Es momento de no sólo tomar consciencia sino de ser responsables por los impactos que nuestros negocios generan con la sociedad, proveedores, clientes, consumidores y medio ambiente.

Recomendaciones

En base a la información obtenida de las entrevistas de los funcionarios de Cerro Azul y FECAFEM, analizamos algunos factores que se pueden recomendar para facilitar la incursión de las pequeñas y medianas empresas en la responsabilidad social empresarial desde la experiencia de las organizaciones mencionadas.

- Se requiere en primer lugar que exista el compromiso explícito por parte de la gerencia general, propietarios y accionistas de la empresa para incursionar en la responsabilidad social empresarial. Este compromiso debe ser conocido, entendido y expuesto a través de una política que demuestre y confirme esta gestión. La sociabilización a todos quienes forman la empresa es esencial, debido a que ellos son los actores fundamentales de esta estrategia. Una vez definida la política de RSE, los líderes organizacionales son los responsables de capacitar a cada uno de sus equipos sobre lo que implica la RSE y su papel en ella. Es importante recordar que los líderes son los principales agentes de implementación de cultura organizacional, de este modo si los colaboradores entienden y observan

este compromiso desde su jefatura entenderán que es un compromiso real de la organización.

- Si bien la responsabilidad de implementar esta gestión es de todos quienes conforman la organización, es necesario definir un líder que coordine toda la gestión, sin olvidar que esta persona será responsable de asesorar y facilitar el proceso mas no de hacerlo realidad. El éxito de este cambio cultural es principalmente responsabilidad del líder de la empresa y todos corresponsables del alcance de este objetivo.
- Con la estructura y las funciones claras del área o la persona que facilitará el proceso, es indispensable que la empresa cuenta con un mapeo de sus grupos de interés con su respectivo análisis de influencia e impacto. Esta información es indispensable debido a que así la organización conocerá quienes son sus grupos de interés y las estrategias que podrá implementar con cada uno de ellos. Las estrategias a desarrollar serán a discreción de la empresa sin embargo deben ser coherentes con los principios básicos de la RSE, es decir, que garanticen el cumplimiento de la normativa legal en todos los aspectos, tributarios, legales y laborales, y posteriormente acciones que contribuyan con el desarrollo sostenible de la sociedad y del medio ambiente.
- Como se pudo determinar en las conclusiones de la investigación, el contar con lineamientos internacionales avalados garantizarán que los productos y servicios ofertados por las PYMES cumplan con estándares de calidad y les permita ser más competitivos en el mercado. Estos sistemas de gestión de calidad y/o buenas prácticas en la rama que se desempeñe deben contar con permanente evaluación y auditorías tanto internas como externas, permitiéndole así a la empresa entrar en el ciclo de mejoramiento continuo.
- Las prácticas que la organización desarrolle con sus grupos de interés no necesariamente debe incurrir en gastos, es importante recordar que el éxito de cualquier compañía radica no sólo en la estrategia sino en su ejecución, que es posible únicamente a través del talento humano. Es así que se recomienda utilizar los recursos de la empresa. Los colaboradores técnicos o administrativos pueden asesorar de manera gratuita y basados en los lineamientos de la empresa a los proveedores, trabajando en prácticas, procesos e incluso en mejoras que

beneficien tanto el crecimiento del proveedor como de la empresa. La creatividad e innovación facilitará este proceso de manera que pueda ser visto como una inversión y no como un gasto. De igual manera esta estrategia permitirá el desarrollo de sus colaboradores e involucramiento, que se verá reflejado en el compromiso del talento humano con la organización.

- Los programas y planes de acción que se pretendan establecer dependerán de la capacidad económica de la pequeña y mediana empresa, sin embargo es indispensable recordar que la RSE no pretende generar programas grandes con costos significativos. La RSE busca que a través de acciones pequeñas como respetar las fechas de pago a proveedores, ser flexibles en permisos familiares, educativos o recreativos de los colaboradores, transparentar los procesos de selección, evaluación y desarrollo de sus colaboradores sin importar su género, ideología, raza o identidad cultural entre otros, generar una cultura recíproca entre quienes suman al éxito de una organización.
- La participación de todos los actores es indispensable en este proceso, la asociación nos muestra claramente que sus socios y colaboradores son quienes administran su propia gestión permitiéndola ser sostenible y rentable, y eso responde a un principio básico, mientras más se involucre y permita participar a una persona su compromiso y trabajo es mayor porque se siente corresponsable del éxito de la tarea encomendada.
- Para no ser parte del listado de empresas que confunden la RSE con la filantropía y caridad, se requiere plantear indicadores que permitan medir el avance y cumplimiento de cada uno de los programas y acciones que se generen, con esta información la empresa podrá tener mayor información de su gestión y el impacto que está generando. De igual manera el permitir acercamientos de los grupos de interés para conocer sus inquietudes, ideas y sugerencias, enriquecerán estas relaciones y facilitará la gestión acertada de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

Abelanda. Lucía (2010). *“Las Organizaciones Intermedias en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial”*. Disertación post grado, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Académica México.

Acosta. Alberto (2010). *“El Buen Vivir en el camino del post-desarrollo, Una lectura desde la Constitución de Montecristi”*. Quito: Fundación Friedrich Ebert, FES-ILDIS

(Acción Empresarial (2003). *“El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo”*. Visita 19 de junio de 2013
<http://test2.accionrse.cl/app01/home/pdf/documentos/ABC.Pm.pdf>)

(Agencia Plurinacional de Comunicación (2011). *Enfoque de género, Incorporando una perspectiva de género en la labor del sistema nacional*. Visita 26 de agosto del 2014
<http://www.apcbolivia.org/genero/inf/enfoque.aspx>

Albán, Andrea y Guerrero Evelin (2013). *Análisis de los factores que determinan la sostenibilidad y sustentabilidad de la Economía Social y Solidaria para la crianza y comercialización de porcinos en pie y faenados en los cantones Santo Domingo y Rumiñahui*. Disertación pre grado, Facultad Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

(Asociación Cerro Azul (2011). *Página Oficial*. Visita 6 de octubre de 2014
<http://asocerroazul.org/>

(Casanova Díaz, Sandra (2012). *“Cooperativismo Básico”*. Visita 26 de junio de 2013
<http://prezi.com/amblwgwadths/cooperativismo/>)

CERES (2008). *“El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)”*. Quito: Mantis Comunicación.

_____ (2010). *“Guía CERES Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial”*. Quito: Mantis Comunicación.

Comisión de las Comunidades Europeas(2001). *“Libro Verde”*. Bruselas: COM. Visita 26 de agosto de 2014

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

(Coraggio, José Luis (2011). *“Economía Social y Solidaria, El trabajo antes que el capital”*. Visita 26 de agosto de 2014

<http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>

Corraggio, Luis (s/f). *“La Economía Social como vía para otro desarrollo social”*. Visita 13 de julio 2014 en

<http://www.redetis.iipe.unesco.org/publicaciones/economiasocialcoraggio.pdf>

_____ (2014). *La presencia de la Economía Social y Solidaria y su institucionalización en América Latina*. Visita 23 de septiembre de 2014

[http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/\(httpAuxPages\)/7A2E9D246F8B55B2C1257CF900428C90/\\$file/OP7Coraggio.pdf](http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/(httpAuxPages)/7A2E9D246F8B55B2C1257CF900428C90/$file/OP7Coraggio.pdf)

(Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (s/f). *FECAFEM, misión, visión*. Visitada 30 de septiembre <http://es.cecjecuador.org.ec/miembros/fecafem/>

(Da Ros, Giuseppina (2004). *“El cooperativismo en el Ecuador: antecedentes históricos, situación actual y perspectivas”*. Visita 19 de junio de 2013

<http://www.neticoop.org.uy/article245.html>)

(Definición. De (2008). *“Definición de comunidad”*. Visita el 27 de mayo 2015

<http://definicion.de/comunidad/#ixzz3eaAZfDVD>

Entrevista a Hernán Vaca, Jefe de Gestión de Sistemas Integrados de Grupo Synergy, 2013

Entrevista a Lorena Muñoz, colaboradora de la Coordinación de Políticas de exportaciones, Ministerio de comercio exterior.

Entrevista a Boris Sampertegui, Analista Técnico de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Entrevista a Wilson Cabrera Asesor Técnico de Asociación Cerro Azul, 2014.

Entrevista a Lucrecia Alcívar, Directora Ejecutiva FECAFEM, 2014

Entrevista a Wiliber Ibarra, Coordinador de la Coordinadora de Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014

(Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica de Manabí. *Presentación FECAFEM*. Visita 06 de Octubre de 2014
<http://es.slideshare.net/fecafemmanabi/presentacin-fecafem>

Flores, Ana (2013). *Evaluación del nivel de aplicación de los fundamentos de la Economía Popular y Solidaria en los servicios de ahorro y crédito ofertados a los socios/as de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Integral Ltda., en la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.

(Global Reporting Initiative. Página Oficial. Visita 20 de junio 2013
<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>)

(Instituto de Capacitación y Formación Mutual Carlos Castillo (s/f). “*Economía social y solidaria: el escenario de la mutualidad*”. Visita 18 de junio de 2013
<http://www.institutomutualampf.org/img/bajar/ManualEconomiaSocial.pdf>)

(ISO 26000 (2010). “*ISO 26000 Responsabilidad Social*”. Visita 20 de junio 2013
http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Mamen, Valor (2001). “*Responsabilidad Social de la Empresa, Marketing de Relaciones y Política de Recursos Humanos: El gasto social de la empresa*”. *Papeles de Ética, Economía y Dirección* N^o 6. Visita 13 de julio de 2013 en http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/IX/5_Valor0.pdf

(Naciones Unidas (2009). Pacto Mundial: Naciones Unidas. Visita 19 de junio 2013
<http://www.un.org/es/globalcompact/index.shtml>)

Peréz, I. (2008). “*Libro Verde, Estudios Socioculturales*”. Visitado el 26 de agosto de
2014 <http://dcsh.cua.uam.mx/profesores/dr-gabriel-perez-perez/>

(Politiqueando.com la expresión ciudadana 2011) “*La diversidad es nuestra riqueza*”.
Visita martes 20 de mayo de 2014.

(Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2012). De las Organizaciones del
Sector Asociativo. Visita 22 de abril 2014
<http://www.seps.gob.ec/documents/10157/d56b4e23-1560-4bae-99ca-95a0a40ccdc9>

ANEXOS

Entrevista Cerro Azul

Wilson Cabrera, 26 de agosto 2014

¿En qué año se constituyen como asociación?

Mire exactamente déjeme sacar la polla, jurídicamente a partir del año 2008, jurídicamente.

¿Porqué deciden constituirse como asociación?

Si, lo que pasa es que osea y como le comento y volviendo a tras los pequeños productores se sentían marginados digámoslo así, ellos se sentían marginados entonces siempre se valían de la cadena de intermediarios, no cierto. Entonces al agruparse y obviamente aquí es muy importante lo que tenemos es el Comercio Justo. Nosotros tenemos el certificado de Comercio Justo, ya entonces prácticamente ahí viene el término de la asociatividad, osea el Comercio Justo nos ayuda a que los pequeños productores a que puedan evitar la cadena de intermediarios.

Ese sería prácticamente el asunto, osea evitar la cadena de intermediarios, porque aquí digamos prácticamente el productor puede consignar al mercado libre.

¿Cuál sería su rol entre el productor y el mercado?

Por ejemplo el rol del Cerro Azul, sería en primer lugar como digo es agrupar a los productores no cierto, agrupar y conseguir los mercados. Conseguir los mercados y obviamente igual en lo que yo estoy trabajando ahorita en lo que es la parte técnica entonces ser un asesor técnico obviamente para exportar un producto de calidad.

Cerro Azul tiene varios grupos de interés, uno de ellos es sus clientes externos es decir su mercado objetivo. En relación a esto ¿porqué su mercado objetivo está enfocado en un mercado internacional más no uno nacional?

Es que obviamente digamos el valor agregado podríamos decir que ofrece el mercado extranjero es mucho mejor, actualmente no hemos traído al mercado nacional que nos ofrezcan o nos paguen los precios que el mercado externo nos paga actualmente no.

Es que obviamente imagínese en temas del mercado nacional con sus precios nos quedamos todo aquí pero no, lastimosamente no hay.

Otro grupo de interés sería los clientes internos ¿Qué necesita un pequeño productor para ser parte de Cerro Azul?

Bueno el pequeño productor básicamente que cumpla con los principios del Comercio Justo ya en cuanto al tamaño de la tierra que es hasta 10 hectáreas lo que es el parámetro del Comercio Justo, otro parámetro sería que la mayor cantidad de ingresos los obtenga de su finca ya exactamente, que la mayor parte del tiempo lo dedique a actividades agrícolas, ya. Que el dueño se dedique 100% a su finca. El otro parámetro que sea la mano de obra provenga de él y de su familia, entonces esos son los parámetros para que sean considerados pequeños productores.

¿Cuáles sería los beneficios que tienen los productores que forman parte de Cerro Azul?

Bueno los beneficios aquí que ellos tienen básicamente aquí como digo garantizar un mercado no cierto, en sí no dependen digamos de estar ahí en mercados pocos donde no hay precios a veces. Aquí hay precios estables, precios fijos donde eso les asegura invertir en sus fincas, mejorar su nivel familiar, social y obviamente la capacitación técnica que tienen los socios no. Otro punto que también tendrían los productores sería la parte social tienen un premio lo que es, se les cubre unos bonos de educación ayudas para las comunidades donde están es decir dentro del rango de acción de Cerro Azul, por decir una escuela que necesita mejoras, obras entonces Cerro Azul los ayuda y apoya en ese sentido también.

Otro grupo de interés es la Comunidad ¿Cómo está enfocado ese impacto social de la Asociación?

Osea en primer lugar revisamos dentro del campo de acción de Cerro Azul, en este caso puede ser tenemos grupos de productores en la zona de Progreso por decir en Progreso hay una escuela, esa escuela necesitan no sé aulas, mejoramiento de en ese sentido entonces ahí se enfoca. Por ejemplo se ha enfocado en el campo a nivel de los alrededores

de aquí no apoyando el mejoramiento de las vías de ingreso, luminarias si entonces eso básicamente en el campo social por ejemplo el bono de salud, de educación

El bono de educación está solo dado a los socios y a sus hijos. Bueno aquí mi compañera que ha manejo ¿Cómo es el bono de educación? Osea es una ayuda que se le da a los hijos de los socios, se les pide la copia de la matrícula y se les da un pequeño bono para que con eso puedan sustentar la compra de los útiles escolares, uniformes, se puede llegar hasta el rango de, puede ser hasta un nieto, puede ser hijo, nieto hasta ese rango se da, se puede ayudar. En caso de que por decir el socio ya tengo los hijos mayores entonces se le da al hijo del socio.

Tiene que tener aquí seis meses para que se le de el beneficio, entonces ahí ya pueden solventarse de los beneficios que se les entrega.

¿El beneficio de salud se maneja bajo los mismos parámetros?

Si incluso ahorita se está trabajando con una Fundación DALE por medio de DOLE entonces a ellos la asociación y DOLE para poder darle todos los servicios a los socios, al osea al socio y todo los miembros de la familia, esposa e hijos y a los empleados de los socios. También el empleado del socio también cuenta con puede ser la esposa y el hijo hacerse atender de este convenio.

¿Cómo surgen estas prácticas adicionales con sus grupos de interés?

Osea básicamente como somos una organización de Comercio Justo nos debemos con los parámetros del Comercio Justo ya, entonces dentro de eso está enfocado como digo el campo social no cierto, nosotros tenemos que cumplir con eso, con sus criterios, los principios del Comercio Justo, por ejemplo está como digo el campo laboral, el campo ambiental también en el que estamos trabajando bastante incluso en ese aspecto Cerro Azul se le a los productores, se les da ciclos a lo productores, se les da ciclos de fumigación de capacitación de manera gratuita con la finalidad de que el productor cuide mejor su finca y aumente la producción

Las asociaciones está considerada como una de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, la cual está regida por 8 principios como el Consumo ético y

responsable ¿Cómo la Asociación aseguraba el cumplimiento de cada uno de los principios de la Economía Popular y Solidaria?

Es más al cooperativismo que al asociativismo pero por medio de estas leyes es que tratamos de regular la Asociación, si porque hay diferencias muchas diferencias entre la asociación y el cooperativismo hay mucha diferencia pero hay ciertos puntos ciertos rangos que la ley si indica que podrían ser aplicadas a una asociación, entonces nos estamos valiendo de eso, de esos puntos.

¿Cómo responde la Asociación cuando existen auditorías por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria?

Si lo que pasa es que nosotros empezamos desde este año ya , con este nuevo cambio de acuerdo a la Economía Popular y Solidaria, entonces este prácticamente estaríamos expuesto a una auditoría el próximo año.

¿Aplicaría a Cerro Azul la iniciativa de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria sobre el balance social?

Si claro como digo nosotros nos basamos en los principios del Comercio Justo, eso basicamente, es más aquí el fin de mes tenemos auditoría

¿La Coordinadora de Comercio Justo regula y audita a la asociación?

Si pero prácticamente tenemos que cumplir con los parámetros establecidos, básicamente osea abarca todo. Bueno lo básico aquí es la definición de pequeños productores, la definición de pequeños productores eso es lo básico aquí. Entonces por ejemplo lo mínimo es que el 51% de ventas sea generado por pequeños productores, es decir, de pequeños de productores de hasta 10 hectáreas no. Entonces eso sería el principio básico, la ley tiene muchos parámetros más pero como digo por ejemplo que la asamblea discuta lo que es el uso de la prima o el premio FLO. Entonces básicamente todos los productores deben ser portadores de la asamblea y los productores con voz y voto son quienes definen el uso del premio no.

Uno de los principios del Comercio Justo habla sobre la repartición equitativa de cada uno de sus socios?

Como digo o sea aquí la asamblea, la junta general es el organo máximo que regula entonces y bueno y el, durante la asamblea con voz y voto va a definir el uso del premio, en este caso de la prima.

¿Cómo Cerro Azul valida el cumplimiento de los principios del Comercio Justo y del asociativismo en sus pequeños productores?

Mire el tema es bastante complejo lo que pasa es que cambiar la ideología de la gente es bastante dura no, incluso en la parte medio ambiental por ejemplo aquí tenemos la certificación del Global Gap donde es practicamente buenas prácticas agrícolas entonces como digo cambiar la ideología de los productores es bastante difícil, es decir, así que decirles utilicen las baterías sanitarias, prácticas básicas de limpieza, de aseo, entonces es bastante complejo el tema. Pero el día a día es lo que le lleva a se pueda hacer que cumplan eso.

Generalmente nosotros aquí hacemos capacitaciones mensuales puede ser una o dos capacitaciones depende de la necesidad no, pero previamente nosotros tenemos un programa de capacitación ya establecido que abarcamos todos los puntos de aquí de, para los criterios de cumplimiento.

En cuanto a auditorías de cumplimiento

Eh mire aquí nosotros tenemos un sistema interno de control, este es clave aquí, entonces el sistema interno de control es el que revisa yo diría que diariamente a través de nuestros técnicos hacemos inspecciones de campo, entonces aquí tenemos las fichas con las normativas de comercio justo, para orgánicas, las normativas Global Gap, todas esas. Entonces yo diría que diariamente que los técnicos constatan los datos y el cumplimiento de estas normas

En cuanto a incumplimientos

Yo diría que los incumplimientos están divididos entre mayores y menores, bueno el mayor nunca quisiera caer en eso, es una suspensión inmediata si pero bueno hasta el

momento no hemos tenido ningún problema. Pero si inconformidades o incumplimientos si ha habido.

Reglamento Interno

Es interno, ese es el sistema de control que hace referencia al manejo que debe entrar diferente a los aspectos, a las suspensiones del caso o sanciones que se aplicarían por incumplir las normas, básicamente tendría que ver con eso pero siempre amparados en el reglamento.

Uno de los grupos de interés son los colaboradores ¿Cómo está regida esta relación con el personal administrativo y técnico de Cerro Azul?

Nosotros dependemos básicamente del Código de trabajo, básicamente nos regimos la Código de Trabajo, jornada laboral este, afiliaciones, todo, básicamente todo la referencia del Código del Trabajo

Básicamente igual mire este los productores tienen que estar asegurados, tienen que estar asegurados, por ejemplo en las auditorías del Comercio Justo se revisa que los trabajadores permanente tengan los socios estén asegurados al Seguro Social.

Otro principio es el relacionado con la Equidad ¿Cómo Cerro Azul asegura el cumplimiento de este principio?

Mire justamente ahí equidad de género, mire todo el tema de equidad por ejemplo tenemos políticas establecidas, básicamente, otra práctica muy importante es el tema del cuidado del trabajo infantil, eso es muy importante, es un punto clave, básicamente es la prohibición del trabajo infantil, Entonces nosotros velamos bastante eso de que osea practicamente el sector aquí bananero no se den esas prácticas. Ese es un tema muy importante para el Comercio Justo.

Mire en el sector bananero por ejemplo realmente se requiere, se requiere mejor dicho mano de obra especialmente para los días de embarques, entonces a parte de los trabajadores estables, los trabajadores, la gente contrata un promedio de 8, 10, 12 trabajadores dependiendo de la cantidad de cajas, pero son trabajadores eventuales, son contratos eventuales, puede ser por un día, una semana.

Mire de lo que hablamos por ejemplo de los derechos laborales, derecho a la no discriminación, libertad de trabajo, trabajo infantil, protección de la infancia, básicamente todos estos parámetros tenemos que cumplir nosotros, todos estos parámetros debemos cumplir nosotros.

Cerro Azul está en 8vo año de certificación, tenemos prácticas de certificaciones de FLO bueno FLO es Comercio Justo, entonces mire aquí tenemos todos los criterios de cumplimiento sobre esto básicamente y tenemos que cumplir básicamente. Por ejemplo esta de aquí uso seguro y manejo de agroquímicos, control de químicos y plagas. Mire aquí por ejemplo dice el 80% , al menos el 80% debieron haber recibido una capacitación en el tema de manejo de agroquímicos, entonces por eso nosotros tenemos que elegir y justificar las capacitaciones. Incluir el 80% osea prácticamente todos los puntos debemos cumplir nosotros, básicamente son los principios del Comercio Justo, básicamente son todos los principios del Comercio Justo.

Son indicadores de gestión, bueno el Comercio Justo no te dice tan solo cumplir con tal punto nosotros hacemos los planes de acción, osea ver como desarrollamos el cumplimiento de ese punto.

Al ser un indicador el aspecto de equidad de género ¿cómo se cumple?

Son políticas prácticamente, aquí tenemos por ejemplo los miembros de la organización no discriminan por motivo de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición, religión, VIH, opinión política, prácticamente osea son políticas referentes a esto, pero bueno ya en la práctica no se ha dado digamos.

Equidad de género básicamente no se ha dado, no no no. Si prácticamente yo creo que de aquí prácticamente como socias con mujeres de 147 socios 19 son mujeres el resto son varones, es un número considerable, si yo creo que sí. Porque siempre como que no se estaría con un tema como masculino no sé y le cuento que cada día se van anexando cada día más y más socias

¿Qué ha permitido a Cerro Azul ser exitosa y sustentable en el tiempo?

Mire prácticamente yo creo que el éxito, osea, obviamente el éxito es la calidad que ofreces, es decir al mercado, Entonces eso nos ha permitido este ganar en el mercado, permanentemente ganar ganar ganar mercados, yo considero eso como el éxito pero

obviamente hay que ver otros aspectos no por ejemplo ese éxito viene gracias al trabajo de los productores no cierto, al trabajo de los productores diariamente, al aspecto logístico de los directivos en este caso con la búsqueda de mercados

¿Cuál es la estructura de la asociación?

Bueno básicamente osea como vimos la Junta Directiva la que comanda aquí no, ahora tenemos al administrador el Ingeniero Jorge Salazar, prácticamente la Ingeniera Nohemi Capa se encarga de eso es la presidenta, ella básicamente se ha encargado de nuevos mercados. Bueno aparte tenemos la parte de vigilancia, la Junta de Vigilancia que es el ente encargado de osea vigilar el cumplimiento de las diferentes instancias. Bueno aquí vienen los departamentos, bueno en mi caso el departamento Técnico, prácticamente como departamento técnico está el SIC, Sistema Interno de Control, entonces aquí controlamos prácticamente el cumplimiento de las diferentes normativas, eh planificamos lo que es las transferencias técnicas. Tengo el departamento de Logística y Embarques que básicamente se encargan de distribución de cupos para la venta de fruta, eh la solicitud de contenedores. Entonces aquí mis compañeros habilitan, bueno parte si. La trazabilidad es la siguiente llega el productor aquí no cierto, entonces da el estimativo de cajas con anticipación obviamente no, entonces en base al estimativo de cajas se le da la orden de corte, el productor con la orden de corte va a bodega y retira los materiales, ya entonces retira los materiales obviamente realizan su proceso en sus fincas. Básicamente esto somos bastante estrictos, bueno aquí hay dos productores orgánicos y producción convencional, entonces básicamente tenemos que ser muy, digamos bueno tener un control bastante estricto en eso, osea para evitar la mezcla de los productos no cierto, especialmente en el orgánico. Generalmente no hay problema porque el productor, bueno lo tenemos diferenciados productores orgánicos y productores convencionales, entonces en una finca solo se procesa orgánico o convencional, entonces básicamente en su cartón el material ya está especificado el tipo de caja orgánico, convencional, el código del productor, la fecha de embarque, la fecha de proceso, básicamente eso. Y vuelve aquí al acopio, con cada productor llega portando la guía de remisión, la guía de trazabilidad, es la guía donde se indica la cantidad de cajas, el tipo de cajas, el transportista osea el conductor. Y bueno en el acopio se procede a evaluar la caja y si está en buenas condiciones se la retira y posterior a la consolidación del contenedor. Y bueno se me

escapaba también tengo el departamento de Contabilidad es el clave también entonces básicamente se encarga de liquidaciones toda la parte contable.

¿Considera que el modelo de gestión que maneja la Asociación es parte importante su éxito?

Mire como digo o sea y usted lo ha dicho o sea básicamente el tema es complejo no, entonces el éxito como vuelvo y repito el éxito radica en la calidad eso lo hace todo, entonces partimos de ahí básicamente partimos de campo con la calidad de la fruta de nuestros productos con los productores, con la certificación que nos exige el comprador obviamente con la logística que tienen aquí los directivos hacia mercados, obviamente que sean mercados este sostenibles, bueno aunque la sostenibilidad la hacemos nosotros mismos con la calidad y yo creo que ahí radica prácticamente, porque el hecho de enviar la fruta no queda ahí, muchas veces habido reportes de calidad entonces yo creo que eso puede acabar con la organización, entonces por eso nosotros nos cuidamos de que toda fruta que sale de aquí o sea cumpla con los criterios mínimos de calidad para que pueda ser exportada

¿Cómo se ha logrado concientizar a los pequeños proveedor sobre la importancia de la calidad de la fruta?

El tema también es bastante complicado básicamente como yo le decía antes Cerro Azul les apoya con temas de bueno la asistencia técnica, programa de fumigación, programas de fertilización y básicamente en ese sentido yo creo que es de parte y parte tanto a nivel técnico como productor o sea cada uno cumple sus tareas digamos, entonces pero ha habido un entendimiento bueno que nos ha llevado a una buen obtención.

¿Cuenta con prácticas adicionales con la Comunidad?

Bueno en prácticas sociales bueno básicamente está el acceso a vías que básicamente antes no había, aquí por ejemplo en el tema social por ejemplo en navidad aquí se les ayuda por ejemplo a la comunidad del barrio con canastas navideñas, con programas, el día de la madre, el día del padre, el día del niño, todos esos ámbitos de carácter social que hacemos. En ese caso al sector de aquí de la asociación y obviamente los productores y los empleados también

En cuanto a la autogestión, principio de la Economía Popular y Solidaria ¿Cómo lo ha manejado la asociación?

Básicamente autogestión, bueno en el caso de la Presidenta Ingeniera Nohemi Capa bueno ha hecho contactos y movimientos por ejemplo para en el caso concreto del sistema de riego a través del MAGAP del proyecto Río Cades, entonces se beneficiaron algunos productores con un sistema de riego eso sería en ese sentido. Básicamente el productor está atado a la asociación, por ejemplo como le digo en el tema técnico que me compete a mi, el técnico llega a la finca enseña el manejo pero no es que nosotros estamos ahí y con el machete no pero osea se da una pauta, se da una iniciativa para que el productor pueda desarrollar

Información estructural de la asociación

En la actualidad son exactamente 147 socios y creciendo, pero bueno también tenemos en mente no llenarnos de productores sino mejorar en aspectos de volumen de producción. La meta es osea que se yo, mantengo el número de socios pero osea, aumentar el volumen la producción. Porque a veces el tema de llenarse de socios también creo que no es tan factible.

Desarrollo y crecimiento de los pequeños productores

Básicamente como digo osea tenemos que diferenciar al pequeño productor con las 10 hectáreas que es el límite para un pequeño productor osea pero si el productor digamos quisiera crecer osea tampoco es un impedimento no porque como lo decía el 50% debe ser generado, el 50% de ventas debe ser generado por pequeños productores y el número de socios pequeños también es de 50%, entonces nosotros tenemos aquí un rango de digamos 49% que puede ser de productores grandes pero consideramos grandes, productores de hasta 20 hectáreas que pueden ser socios pero siempre respetando que la mayor producción o la mayor cantidad de ventas sea generado por pequeños productores, eso nosotros le monitoreamos permanentemente para hacer que no salgamos de ese rango. Siempre estamos monitoreado para que osea los grandes, los productores considerados como grandes no sobrepasen a los pequeños productores

Explicación de la visión de Cerro Azul

Por ejemplo la explicación de ese tema de la participación solidaria o acción solidaria participativa básicamente es muy importante porque yo creo que el campo solidario o sea es una base aquí para todos, ellos generalmente tienen acceso a créditos, a créditos de carácter para infraestructura, para mejorar la infraestructura de sus fincas en el aspecto salud también, entonces yo creo que eso ha servido bastante para que el productor se empodere de Cerro Azul, ha ayudado bastante. Entonces yo creo que eso de ahí ha ayudado para que se fortalezca Cerro Azul. Que obviamente la búsqueda de mercados sin eso obviamente estar en el estado que estamos ahorita básicamente con 38000 a 39000 cajas semanales, mayor orgánico. Entonces esos volúmenes creo que o sea permiten al momento estar financiado, yo creo que le ha permitido a Cerro Azul consolidarse al momento como no sé, tal vez una organización a nivel país, yo creo que nacional no, prácticamente de renombre podríamos decir, entonces el compromiso de nosotros de los empleados y de los productores o sea seguir avanzando y siempre enfocado en el camino de la calidad es lo que manda no.

Entrevista Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica de Manabí FECAFEM

Lucrecia Alcívar, 09 de septiembre 2014

¿En qué año se constituyen como asociación?

Ya desde el 2002 un grupo de productores en vista de que los intermediarios les hacían pedazos con los precios, ellos intentaron reunirse un grupo y querer comercializar, buscar a alguien que les apoyara para hacer una asociación y exportar porque ellos vendían localmente no más, es así que había una organización que se llamaba CEPROCAFÉ, fueron los tres fundadores de FECAFEM y a través de OFIS que era una oficina que estaba trabajando aquí en Manabí les apoya, le hace los contactos y les ayuda a que se vayan fortaleciendo para armar la Federación y todo, pero previo a esto les hacen el contacto con FAPECAFES ya, entonces comienzan las primeras exportaciones hasta el 2005 a través de FAPECAFES.

Productos de exportación

Café ahorita estamos con café y maní, el maní muy poco, más de 40 productores están en maní es que es maní orgánico. El café también es orgánico y Comercio Justo.

¿La Federación está bajo los lineamientos del Comercio Justo?

Sí FECAFEM es una federación como tal que abarca 5 organizaciones, cada organización tiene un grupo de productores en total son 375 productores bajo los lineamientos del Comercio Justo.

¿Cuál es la función de la Federación?

Abrir mercado para que ellos puedan cambiar su estatus de vida e igual capacitarles, ayudarles para que no tengan aca si tenemos un grupo de 16 mujeres que están haciendo una micro empresa para la elaboración de abono orgánico, ya les construimos una compostera, pero ahí estamos poquito a poco por que los recursos ahorita no hay, los recursos aquí hemos tenido que habían dos técnicos nos tocó decir ya no más se queda uno porque no tenemos para pagarle al otro, porque la roya nos afectó desde el año pasado

totalmente, entonces nos ha dañado el 76% de los cafetales, como son 810 hectáreas imagínese tenemos apenas 200 hectáreas no más productivas porque eso está en un proceso de reforestación, de reactivación

¿Cuáles son los principios que rigen a la Federación?

Los del Comercio Justo y orgánico

Auditorias por parte del Coordinadora de Comercio Justo

Nomás en diciembre del pasado año nos hicieron la audioría

¿Cuáles son las prácticas que la Federación tiene para cumplir los lineamientos del Comercio Justo, como por ejemplo la equidad de género?

La equidad de género, no al trabajo infantil, que todas las decisiones se tomen en asamblea general y con mayoría absoluta de votos, que la prima del Comercio Justo, que aquí generalmente en FECAFEM son 0,20 centavos por libra, eso vaya distribuido netamente a los beneficios de los productores, no en recursos no en dinero sino en obras, que todas esas decisiones sean tomadas en asamblea, cómo se va a distribuir ese recurso se decide en asamble general

¿Qué beneficios tienen los pequeños productores al ser parte de FECAFEM?

Osea el mejorar los precios, tener capital de trabajo oportuno para su cosecha porque en el caso de FECAFEM yo conseguí que el capital de trabajo aquí en el mes de abril, mayo, nosotros ya estamos haciendo las gestiones para que conseguir el crédito para que los productores el capital de trabajo. Se presenta, se trae el plan de acopio, con un detalle estimativo porque eso también se hace previo a una asamblea de socios en cada organización y se les dice a los socios bueno yo me capitalizo así asado y cocinado, yo no puedo entregar 20 quintales yo solo puedo entregar 10 porque el técnico tiene que ir a constatar que es verdad o es mentira ya, porque también la viveza criolla también abunda no, y previo a eso nosotros también tenemos las fichas de diagnóstico de finca donde el momento en que van a hacer auditoría de orgánico porque son dos tipos de, la auditoría FLO es diferente a la auditoría de la orgánica ya. La FLO qué hace ella certifica a la organización como tal en cambio que la orgánica certifica como es, certifica a la finca ya,

es diferencia. Entonces ahí ellos dicen bueno María José Torres dice que nos va a poder entregar 5 quintales pero la producción de ella de acuerdo a la estimación que hemos hecho, de acuerdo a la revisión que hemos hecho, de acuerdo a la auditoría son 15 quintales que puede, entonces ¿dónde se van esos otros 10? Si estamos pagando la certificación porque el productor no paga la certificación, la certificación la paga la Federación ya. ¿porqué razón? Porque ya es poco el acopio que ellos tienen todavía es como matador desmontales 10 o 15 dólares por quintal ya a los productores, entonces esa es la ayuda que les dimos hasta este año, todos los años decimos hasta este año es como los padres hasta este año, pero igual seguimos gestionando. Se les capacita se les da asistencia técnica, productivo.

¿Ustedes auditan a sus pequeños productores para garantizar el cumplimiento de los lineamientos mencionados?

Exacto

¿Qué otros beneficios sus socios tienen?

No del tipo de educación pero si les ayudamos a hacer gestiones, por decir si una comunidad quiere agua, entonces se hace los trámites que acá que allá, ayudarles, oficios que hacerles la documentación para que presenten y esas cosas, en ese sentido si, las asesorías, asesoría contable, administrativa. Osea mira, nosotros vamos directamente a capacitar, osea siempre hacemos la relación coordinada, coordinamos con la directiva de la organización, pero la capacitación todo va directamente a los productores y en muchos casos a la familia e hijos de productores.

¿Se rigen de igual manera a la definición de pequeño productor del Comercio Justo?

Si, la mano de obra aquí es familiar, la mano de obra es más familiar osea sería que te digo un 3, 4% que tienen pasadas las 4 hectáreas, la mayoría son todos 3 hectáreas, máximo 4, son súper súper pequeños productores.

¿Cómo gestiona la federación a las asociaciones socias?

Se hace en asamblea y luego de ello, nosotros verificamos con las notas que tenemos tanto de la auditoría como de lo como es del orgánico donde nos dicen el señor fulano de tal

tienen tantas hectáreas, tanto de producción, tanto de café, y una estimación de cosecha y de ahí le calculamos unos 80, 90% no el 100% porque es estimativo y en base a eso le decimos este es el café que puede vender como orgánico, como Comercio Justo va todo, como orgánico solamente lo que está certificado y lo que está en entrega. Si entregan más de lo que está aquí, el resto máximo un 10% le puedo colocar como orgánico, el resto va como convencional y ya no es mi culpa, la culpa es de usted porque usted dijo tal, ellos firman un contrato no con la federación sino que con la organización y la organización firma con FECAFES, osea es una cadena.

¿La Federación está regida por los lineamientos del asociativismo?

Entran todos con los lineamientos de la SEPS, todos están, hemos cambiado de estatutos, directivas, las normativas, porque la SEPS ha cambiado completamente todito el la escritura de las asociaciones

Nuevos lineamientos y auditorías de la SEPS

Cada uno de las asociaciones no lo hicieron a través de la Federación, a través de cada una organización porque es, nosotros como Federación no podemos responsabilizarnos por cada asociación, entonces decían usted le puede hacer las cosas, nosotros queremos el contacto directamente con la asociación, pero siempre nosotros les estamos asesorando cuando ellos tiene que dar un información, sino es la contadora yo directamente o el auxiliar de servicios nos vamos allá y yo también soy contadora entonces vamos a ver que es que tiene que hacer, vamos a ver esto para que no queden mal, les piden auditorías, entonces eso es lo que nosotros estamos haciendo a través de la Coordinadora de Comercio Justo peliandolas porque las pequeñas organizacionees no tienen para plata para pagar la auditoría, no tienen para pagar un contador, generalmente aquí nosotros les hacemos las declaraciones a todas las organizaciones entonces las contadoras de la organización, de las asociaciones que está registrada es la contadora de FECAFEM.

Le piden que tengan un gerente, un contador y un auditor muy difícil, si a veces no tienen ni para pagar un auxiliar contable en la época de cosecha que son 2 meses, 3 meses peor para pagar un contador a tiempo completo si la organización solo tiene actividad económica en tiempo de cosecha, entonces en esa pelea estamos, en eso nos está ayudando WFTO nos está ayudando VELCO, Ministerio de Agricultura también está en

eso PROECUADOR, estamos peñando para tratar de ver cómo podemos, hemos mandado un montón de comunicaciones pero. Ahora para registrar directivo les están pidiendo 1200 a cada organización osea es una vez que ya ingresaron la documentación a la SEPS que les enviaron a la directiva y todo les dicen ahora que ya están aceptado todo, ahora para registrarlas tienen que pagar van aquí a la Superintendencia les dicen tienen que pagar 1200 para poder ser ¿de dónde se sacan? La semana pasada yo tenía una reunion y me decía ¿de dónde sacamos nosotros? ¿cómo vamos a hacer?

¿Cuál es la gestión de comercialización que realiza la Federación?

Osea mira como te explicaba se hace el plan de comercializacion de acopio en cada organización luego vine FECAFEM y hace el match el plan de ventas, ya posibles compradores, ya he negociado precios porque previo al conseguir capital de trabajo tengo que tener ya de antemano negociado mi café para que esa empresa me envíe sus contratos, ya firmamos un contrato abierto, un contrato de ventas y ese contrato me sirve de garantía para el crédito y generalmente quien me presta plata es en el extranjero, aquí nacionalmente nadie me acepta esos contratos, nadie, ni el Banco del Fomenro ni los bancos locales ni la Corporación Financiera Nacional totalmente nadie nos da, en cambio yo que hago por cierto con Auto Sprint, con Auto Credit con Capital es lo que nos da el capital de trabajo, ellos simplemente me dicen bien hacen una visita van al campo, verifican y dicen mándame los balances, mándame, ahí llenamos un formulario y cada vez en cuando nos están monitoreando y eso es todo, más facilidad, entonces al momento que yo firmo un contrato con ellos, ya les escribo una cartita les digo mira tu contrato va a estar con un año de garantía para el pago de crédito a tal plazo, entonces por eso ahí por usted nunca me van a prestar pero ellos me aceptan, el vendedor se comunican los dos y ahí se pide y me dice bueno cuál es el contacto con tu comprador le digo mire el señor Artur ahí le doy el correo y se comunican, entonces verifican que realmente haya firmado el contrato y a la vez usted verifica que es cierto que usted me está dando el crédito osea se hace un contrato tripartito, osea el momento que yo ya le envío el café yo hago un como es un carta diciéndole que tanto porcentaje que 78000 dólares tiene que remitir a la cuenta tal de ahorros créditos ya y el saldo me lo depositan, ya directamente el comprador le paga a la financiera.

Incumplimiento de la calidad o cantidad del producto comercializado

Tenemos multa, tenemos multas, contrato con la organización. Entonces por decirle el año pasado yo tuve que cumplir un inconveniente con BENEQUI por la calidad del café pero eso si previo, porque el contrato da la planificación para noviembre, yo ya en Septiembre por decir en estos días le escribí y le dije que talvez no le podía cumplir con ese contrato por la calidad del café y no cumple con los requerimientos que ellos necesitan, ellos me dicen mándame una muestra, yo les mandé la muestra y dicen tienes toda la razón esto café no cumple, entonces dejamos el contrato para el próximo año, entonces ahí no hay multa, pero si yo me quedo callada y en el momento del embarque te digo no te puedo cumplir por esto de acá, ahí si es una multa bien alta. Tenemos un técnico de calidad, si porque osea la organización entrega el café en pergamino seco al 12% de humedad de acuerdo al contrato que hacemos, entonces ellos entregan en una planta que tenemos alquilada en Manta, el momento que llega el café a la planta ya el resto es de FECAFEM ya el resto ya hacemos todo el proceso de pilado, del embarque. El productor me entrega en cerezo en fruto a la organización, la organización lo seca lo hace el tratamiento que tenga que hacer hasta convertirlo en pergamino seco al 12%, una vez que ya está en pergamino lo pasan a FECAFEM.

¿Cuentan con principios o lineamientos que exigen al pequeño productor?

Si nosotros tenemos un reglamento de calidad, eso ya es de ley, tenemos por decir ya nosotros desde el mes de mayo, marzo a junio casi no nos encuentran aquí en oficina porque nosotros tenemos que darles cómo hay que trabajar los centros de acopio, que la calidad del café, cómo tienen que hacer la recolección porque a veces siempre hay los muchachos más jóvenes que no están en las capacitaciones, entonces siempre no tiene que cogerle, hacer sobado de la planta sino al pepiteo, osea todas las normas también les damos legislación, tributación, coordinamos con la organización y ellos directamente al productor.

Hay dos tipos de capacitación, las capacitaciones de los directivos se las damos aquí pero en cambio las productoras en cambio tenemos que ir a campo de ahí la teórica y la práctica, la práctica ya es directamente in situ en cada finca ya sería el lado técnico, la parte administrativa financiera la damos nosotros teórica en cada organización, claro que hacemos monólogos y prácticas y todo para que ellos puedan ver como pueden manipular

la, el producto como tiene que llegar el producto o cualquier otra ayuda o cualquier otra capacitación que pidan el productor, lo coordinamos por ejemplo la otra vez coordinamos con el MIES para querían como se elabora los estatutos.

¿Cómo la Federación asegura el cumplimiento de los lineamientos del asociativismo como la equidad de género?

Te digo que ha sido bien difícil, bien difícil porque el machismo aquí en Manabí abunda, pero poco a poco se ha ido rompiendo, en este momento tenemos de los productores recién el 20% de mujeres, cuando yo entré aquí en el 2005 y solamente había que te digo 4 a 5 mujeres por organización, entonces ahora tenemos en dos organizaciones que la presidencia la tienen mujeres. La mujer no ha querido, o sea el esposo no le permitía incursionar, entonces yo siempre le friego usted para ir a la escuela al colegio que tiene una reunión ahí si anda mijita anda tú que yo no voy, pero sabe que yo no voy porque sabe que tiene que aflojar en cambio aquí le digo porque sale y sale a comprar su botella de trago su cerveza y se sale, ahí no trae a sus mujeres, entonces yo les dije que cada productor tenía que llevar a su esposa o hija entonces ahí hicimos una reforma de estatutos y del reglamento, entonces si no viene no entra al pleno y son sancionados y así ya van cogiendo la, entonces a veces hacemos que nos invitan a una capacitación a Quito, a Guayaquil a cualquier congreso, haber tenemos un hombre una mujer, un hombre, una mujer ahí si soy media dictadora, ahí porque yo les decía a los dirigentes, haber deleguen ustedes tres o cuatro personas de la asociación que tenemos esto por costos y todos por el viaje, entonces me mandaban puro hombre, ah no, me viene el presidente, el secretario por decirte, una mujer y un hombre y un joven. Entonces ahí ellos ya, por decirte muchos de ellos mi hija quiere ir, tráigala a la reunión, tráigala a la asamblea para que vaya poco a poco entendiendo. A veces hay que imponer un poquito para que ellos se vayan.

¿Qué otro principio ha sido difícil hacerlo cumplir?

Mas bien con el trabajo infantil, o sea mira la temática es muy difícil porque aquí en nuestro medio decimos que el joven o el niño tiene obligación de ayudar a su padre en el campo y en sí, o sea si bien es cierto el niño está estudiando después que llega de clases se cambia su ropita y se va ayudar a coger el café y todas sus, entonces es bien difícil decirle que el niño tiene derecho de llegar a descansar a hacer su tarea no pues dice, si

tiene que ayudar porque el niño tiene, está bien que le ayude a lavar los platos a la mamá, pero ellos también tienen su espacio, entonces eso ha sido un poquito difícil. Y si vemos también en los sectores más lejanos del campo hay chicos que de 15, 16 años ya tienen familia, ya son padres de familia, entonces ellos tienen que ver la forma de ayudar a sustentar a su familia por el hecho de que vivan con sus padres, entonces los criterios del Comercio Justo no entienden esa situación, no entienden no existe. El año anterior nos pasó que tuvimos un problema que nos encontraron a un joven trabajando en un centro de acopio, ayudándole al papá tuvimos que hacer un montón de escritos y explicarles y el decirles el porqué, tuvimos que ir hasta a sacar un permiso, una certificación al Ministerio de lo Laboral para poder justificarles a ellos para que nos quitaran esa sanción porque ahí no sancionaban a la asociación sino a FECAFEM, perjudicaban a todos, entonces ahí como que ya tuvieron un poquito ya de.

¿Qué tipo de capacitaciones se proporciona a los socios a parte de las técnicas?

Cómo tienen que hacer una microempresa, cómo tienen que manejar una microempresa que no solamente tienen que pueden darle el valor agregado que si les queda el café descarte, el café de bola lo pueden hacer una micro empresa, cómo lo puede vender, qué tienen que hacer, ese tipo de capacitaciones, como de emprendimiento mas o menos

¿Cuál es el porcentaje de participación en ventas de los pequeños productores?

100% es de pequeños productores, no se compra a no socios, y todavía no, en eso estamos porque para obtener la sostenibilidad, en este año hicimos un estudio de sostenibilidad a largo plazo, a mediano y largo plazo, entonces para que pueda FECAFEM puede ser sostenible tenemos que aumentar el volumen y con los pequeños productores aumentamos el volumen en 4 años hasta que llegue, comience a dar frutos porque todo el café se ha tirado a bajo, entonces hay que buscar otros pero este año no quisieron vamos a ver el próximo año para empezar a comprar a no socios para poder obtener volumen

Volumen de ventas

Ahorita estamos 1200 quintales ya de orgánico, osea orgánico y Comercio Justo, vendemos lo mismo orgánico y Comercio Justo, entonces tenemos un mayor precio,

porque convencional casi no tenemos. Solamente 30, 40 quintales lo que queda ya de descarte lo que queda después del pilado, el rechazo ese es el mercado local.

Mercados internacionales

Alemania, Bélgica y Francia porque estamos hace unos dos años ya vendiendo café estilizado, café casi soluble de 80 gramos en frasco, si en el año 2013, 2012 mandamos 39000 frascos, 7800 creo que se fueron a Bélgica y el resto a toda Francia. El café lo procesamos en sobres instantáneos en una planta en Guayaquil, es que no tenemos una planta para procesar el café entonces ellos nos hacen el maquinado, nosotros mandamos a hacer el etiqueta, importamos frascos, osea todo.

Sancciones e incumplimientos de contrato

Mira nosotros a veces tenemos problemas que el productor no nos entrega el 100% de la producción puede ser café convencional, orgánico porque los intermediarios desde el mes de enero ya les están entregando plata a los productores, comprándoles la cosecha por adelantado, dándoles crédito entonces nosotros no somos la entidad financiera y nadie nos quieren dar crédito para que nosotros le demos al productor. Entonces dos años hicimos nos dieron, nos dieron adelantado en el mes de enero para darles crédito a los productores, pero qué pasaba que ese crédito no era un crédito adicional era un crédito para la misma campaña de comercialización, entonces el momento en que, el productor va pagando poquito a poco en café pero cuando venía el momento el alta de la campaña yo me quedaba desfinanciada porque ese productor no me pagaba inmediatamente y esa plata que era para el café yo la tenía regada en un montón de productores, entonces se me complicaba la cuestión de la plata. Entonces dijimos no es por ahí, entonces eso es lo que piden los productores que se les consiga una línea de crédito adicional porque desde febrero ellos necesitan ya darle mantenimiento a la finca, hacer trabajos de limpieza y todo y la falta de recursos no la tienen. El incumplimiento del contrato se les baja un valor en la compra del café, se le disminuye el costo, en el momento de la liquidación se le dice tú estás multado por esto y tienes tanto de, pero esa plata queda en la misma organización para sustentar gastos administrativos no viene a FECAFEM. Entonces ahí si la asociación pone empeño en hacerles cumplir al productor.

¿Cómo se sutenta la organización?

Osea en el momento que se les liquida, osea la plata la maneja la organización no directamente el productor, si usted es presidente de x organización, usted me dice mira Lucrecia este es mi plan de trabajo, esta semana yo requiero tanto capital de trabajo porque vamos mas o menos a acopiar tanto, osea el primer anticipo ya le digo bueno tome aquí está tu anticipo dice mira tiene que firmar el pagaré el presidente y el tesorero de la organización, la organización es la que le paga al productor ellos también tienen que llevar sus recibos de pagos, sus facturas su liquidación de compra al productor, su kardex y todo. Para el segundo anticipo cuando ya me llaman a mi haber tráeme el kardex para ver cuanto de café has ocupado y cuándo de dinero has ocupado porque aquí fijamos hasta el precio que le vamos a dar al productor entonces dices no pues si yo te di 10000 y solo has gastado 3000 vienes pedir 15 más tienes 7000 aún disponible no tanto, entonces ahí vuela ñañita, arregla papeles que nos vamos a tal organización a validar, a verificar la documentación, el kardex ya nos pasó una vez cuando estaba el proyecto café Manabí y había una organización entonces ellos estaban procesando café café con café Manabí cuando ibamos FECAFEM nos prestaban el kardex de FECAFEM lindo y bello aquí está el café cuando iban los del Manaba presentaban el kardex de FECAFEM osea nos hacían cruce y a la última hora nos goleraon a los dos, tuvimos hasta con juicio con los directivos antes de hacer esta actitud se llamó a asamblea general a los socios a explicarles lo que estaban pasando y la duplicidad de recibos que teníamos entonces aquí está este recibo anulado dónde está el recibo anulado por aquí lo tengo no señor dónde está el recibo anulado porque el recibo estaba anulado pero había duplicidad de recibos todo eso teníamos que ver, era un trabajo muy difícil.

Nosotros manejamos la auditoría interna si pero nos vienen hacer auditoría, pero mira la parte contable la manejan cada organización en cambio sería solo 5 organizaciones a las que nosotros auditamos toda la obligación de tener toda la documentación, a la asociación que le entregamos el recurso a ellas deben tener todos los justificativos, entonces como a veces les damos costo beneficio que es para comprar materiales una bonificación que se le da a las personas que trabajan ahí le decimos bonificación porque no es sueldo porque no los podemos afiliar, entonces ellos deben tener comprobantes, la cédula del señor que contrataron más un recibo de pago y si un contrato nosotros le diseñamos aquí un contrato para el café convencional cuantas libras entregaron a qué precio de pegado cuánto precio

bruto, entonces todo eso tenemos que verificar entonces ya cuando se le hace la verificación ya en marzo ya hemos vendido todo el rechazo que queda nacional como ya hemos vendido todo sacamos todos los costos y hacemos la liquidación final entonces decimos tal organización nos dio tantos quintales tiene una utilidad por decirte 500 dólares, haber estos 500 dólares vamos a la asamblea y filtramos los socios, estos socios nos entregaron tanto haber cómo van a distribuir el dinero, entonces bueno no hay distribución que se quede todo para la organización necesitamos hacer, pintar acá, necesitamos darle mantenimiento a los módulos, correcto fue decisión de asamblea porque si no puede que quede para la organización o para que lo repartan de acuerdo al número de quintales usted señor haber deme todos sus recibos estos yo verifico con el dato que tengo allá, cruce de información.

¿Qué lineamientos rige a la Federación?

Las Federaciones y uniones estamos en stand by todavía, en la Ley no estamos registradas, estamos en el limbo, no puedo registrar directiva desde el año pasado, las asociaciones no están aún bien definidas porque quieren hacer desaparecer las federaciones, estamos registrados en el MIPRO, estamos como la india maría no que vayan al SEPS vamos al MIPRO que no, con un oficio y otro y no puedo registrar directiva desde el año pasado. No se en qué vamos a quedar.

En cuanto a la competencia con otras federaciones

No tenemos competencia pero si con los intermediarios, entonces a veces nos toca pelear con el precio comenzamos con buen precio porque los contratos mas o menos están y dicen los productores así no nos den liquidaciones pero den todo con tal de acopiar entonces los intermediarios nos dicen no podemos bajar el precio díganle a FECAFEM que les bajen el precio hay momentos dados en que ellos se elevan y nosotros no podemos ir a competir con ellos, es una pelea bien difícil. El precio del café se determina de acuerdo a la bolsa, trabajamos con la bolsa de New York, osea el contrato que yo hago por decir la bolsa de New York de noviembre más yo he llegado a conseguir más 50 por ser orgánico un premio de más 50 dólares por ser orgánico y más 20 por ser, más 70 dólares osea los 20 no los tomo en cuenta porque son para no los puedo utilizar para dárselo a los productores debe ser para obras sociales dentro de la comunidad pero en cambio los 50 sí

me dicen esos 50 pongámoles en el precio y le subimos el precio al productor para poder competir con el intermediario con el precio privado, de acuerdo como está el precio local tenemos 1 o 2 dólares tenemos un piso y un techo a medida que va subiendo nosotros también vamos subiendo así nos manejamos. De acuerdo al Comercio Justo no lo puedo yo poner al precio del productor por decirte lo que hasta aquí se ha utilizado es para el mejoramiento de los centros de acopio eso tienen que estar en acta, voy a comprar un taco debo tener todas las facturas porque el momento en que me vengán a hacer auditorías yo debo tener toda la documentación que la organización presenta entonces el año pasado fue de 15700 pero se lo ocupó esto y tengo el acta de la asociación, el informe y las facturas que me entregaron, porque ellos primero nos hacen a nosotros y luego van a las organizaciones entonces van y les han a decir y bueno ustedes qué hicieron con el premio, en qué fecha se lo dieron como que ellos no saben nada entonces la organización empiezan a decir ya hicimos esto, ya entregamos a Portoviejo tal cosa présteme el documento y verifican o a veces no nos piden a nosotros cierta información se la piden al productor y luego vienen acá

¿Cuáles son las prácticas desarrolladas con el medio ambiente?

Si nosotros tenemos un plan medio ambiental que tienen que aplicar cada una de las organizaciones y también estamos con un plan de reforestación de las áreas, un programa forestal de bueno de poco nos puso hasta un técnico y el Gobierno Provincial también nos está ayudando. Está basado en no ensuciar las aguas, osea en no contaminar las aguas porque generalmente cuando sacan el café contaminan las aguas, el buen manejo de desperdicios cuando lavan el café, cuando lavan el café queda el agua, que queda la cascarilla entonces darle el otro tipo, claro como abono todo de que dentro de las fincas no estar sembrando en lugares erosionados y en esa área tienen que sembrar árboles para evitar la erosión del suelo y todo.