



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016”

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de

Ingeniero Comercial

AUTORES:

SILVIA JAKELINE GARCÍA RUILOVA

ANGÉLICA GABRIELA VÁSQUEZ REMACHE

DIRECTOR:

ING. ROSA VANESA ROJAS LUNA, MAE.

CUENCA-ECUADOR

2016



RESUMEN

Anteriormente la Responsabilidad Social Empresarial era considerada como un acto de beneficencia donde las empresas realizaban donaciones económicas a las comunidades, pero en virtud de las exigencias de la sociedad y los cambios generados por la globalización se debe enfatizar en temas referentes a RSE involucrando a los stakeholders en su gestión empresarial como una forma de contrarrestar el impacto generado por sus actividades laborales incluyendo en su planificación tanto al público interno como externo logrando armonía entre las partes.

Se realiza un análisis al sector dedicado a la Producción, Comercialización, Suministro de Mezcla y Hormigón Asfáltico de la Provincia del Azuay, así como a la construcción y mantenimiento vial; con la finalidad de realizar la propuesta de un Plan de Responsabilidad Social para la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay.

El plan está compuesto por estrategias empresariales innovadoras que buscan el involucramiento de las partes interesadas, en donde se enfatiza la importancia y participación de cada uno de ellas dentro de la organización haciendo que esta sea cada día socialmente responsable en sus procesos.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Empresarial, RSE, Indicador, Eje, Grupo de Interés, Estrategias, Construcción, Asfalto.



ABSTRACT

Previously, Corporate Social Responsibility was considered as a beneficence act where companies made economic donations to communities, but due to the demands of society and the changes generated by globalization, emphasis should be placed on CSR issues involving stakeholders In its business management as a way of counteracting the impact generated by their work activities including in their planning both the internal and external public achieving harmony between the parts.

An analysis is made to the sector dedicated to the Production, Commercialization, Mixture Supply and Asphaltic Concrete of the Province of Azuay, as well as to the construction and road maintenance; with the purpose of realizing the proposal of a Plan of Social Responsibility for the “Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay”.

The plan is made up of innovative business strategies that seek the involvement of stakeholders, emphasizing the importance and participation of each of them within the organization making it socially responsible every day in its processes.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, CSR, Indicator, Axes, Stakeholders, Strategies, Construction, Asphalt.



ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
DEDICATORIA	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO I	17
1. MARCO CONCEPTUAL	17
1.1 Origen de la Responsabilidad Social	17
1.2 Definiciones de Responsabilidad Social	21
1.2.1 Organismos internacionales y extranjeros	22
1.2.2 Teóricos de la RSE.....	24
1.2.3 Grandes conceptos de Responsabilidad Social.....	24
1.3 Dimensiones de la RSE	28
1.3.1 Dimensión Interna	28
1.3.2 Dimensión Externa.....	28
1.4 Alcance de la RSE	28
1.5 Beneficios e implicaciones de la RSE	30
1.6 Elementos de la RSE	31
1.7 Marco teórico de los indicadores Ethos	33
1.7.1 Estructura de los indicadores	33
1.7.2 Ejes e indicadores.....	33
1.7.2.1 Eje 1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.....	34
1.7.2.2 Eje 2. Público Interno	35
1.7.2.3 Eje 3. Medio Ambiente	36
1.7.2.4 Eje 4. Proveedores.....	36
1.7.2.5 Eje 5. Consumidores y Clientes	36
1.7.2.6 Eje 6. Comunidad	37
1.7.2.7 Eje 7. Gobierno y Sociedad.....	37
1.7.3 Metodología de los indicadores Ethos	37
1.8 Aspectos Legales de la RSE	39
CAPITULO II	40
2. ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS INSTITUCIONES DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, SUMINISTRO Y COLOCACIÓN DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY	40
2.1. Descripción del sector	40



2.2	Metodología de la investigación.....	41
2.2.1	Tipo de investigación	41
2.2.2	Modalidad de la investigación	41
2.2.3	Población y Muestra	41
2.3	Empresas dedicadas a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay..	42
2.3.1	Método de recolección de información	43
2.4	Análisis e interpretación de resultados.....	46
2.4.1	Matriz de puntaje global de las empresas que se dedican a la Producción, Comercialización, Suministro y Colocación de Mezcla y Hormigón Asfáltico y la Construcción Vial de la provincia del Azuay	46
2.4.2	Interpretación de resultados.....	50
2.4.2.1	Análisis de los ejes de los Indicadores Ethos	52
CAPITULO III.....		67
3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA PÚBLICA DE ÁRIDOS Y ASFALTOS DEL AZUAY, ASFALTAR EP., CON RESPECTO A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		67
3.1.	Descripción de la empresa.....	67
3.1.1.	Misión	68
3.1.2.	Visión	68
3.1.3.	Estructura Organizacional.....	68
3.2	Análisis de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos de la Provincia del Azuay en base a Responsabilidad Social Empresarial en base a los indicadores ETHOS.....	71
3.2.1	Metodología.....	71
3.2.2	Interpretación de resultados.....	71
3.2.2.1	Puntuación global de la Empresa ASFALTAR EP.....	71
3.2.2.2	Análisis Global.....	75
3.2.2.3	Análisis de los ejes de los Indicadores Ethos	75
CAPÍTULO IV.....		92
4. PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP.....		92
4.1	Plan de Responsabilidad Social empresarial	92
4.2	Presupuesto anual para el Plan de Responsabilidad Social Empresarial	115
4.3	Presupuesto real del Plan de RSE	116
CAPITULO V.....		118
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		118



5.1. Conclusiones de las empresas dedicadas a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay	118
5.2. Conclusión de la empresa objeto de estudio	119
5.3. Recomendaciones.....	121
ANEXOS	123
BIBLIOGRAFÍA	155
DISEÑO DE TRABAJO DE TITULACIÓN	157



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Enfoque histórico de la RSE	21
Tabla 2	Metodología de los indicadores ETHOS	38
Tabla 3	Calificación del grado de Responsabilidad Social Empresarial	39
Tabla 4	Base de datos	42
Tabla 5	Ejes e indicadores ETHOS.....	44
Tabla 6	Tabulación del análisis del sector.....	46
Tabla 7	Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial.....	50
Tabla 8	Distribución de encuesta	71
Tabla 9	Puntuación de los Indicadores Ethos en la empresa ASFALTAR EP.....	72
Tabla 10	Relación entre ejes y estrategias	114
Tabla 11	Presupuesto Anual del Plan de RSE	115
Tabla 12	Costo real del Plan de RSE para ASFALTAR EP.....	116



ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Elementos de la RSE	32
GRÁFICO 2 Ejes de los Indicadores Ethos.....	34
GRÁFICO 3 Puntaje Global del Sector	50
GRÁFICO 4 Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	52
GRÁFICO 5 Puntaje por indicador del eje Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.....	53
GRÁFICO 6 Público Interno	54
GRÁFICO 7 Tabulación por indicador del eje Público Interno.....	55
GRÁFICO 8 Medio Ambiente	57
GRÁFICO 9 Tabulación por indicador del eje Medio Ambiente	58
GRÁFICO 10 Proveedores	59
GRÁFICO 11 Tabulación por indicador del eje Proveedores	60
GRÁFICO 12 Consumidores y Clientes.....	61
GRÁFICO 13 Tabulación por indicador del eje Consumidores y Clientes	62
GRÁFICO 14 Comunidad	63
GRÁFICO 15 Tabulación por indicador del eje Comunidad	64
GRÁFICO 16 Gobierno y Sociedad.....	65
GRÁFICO 17 Tabulación por indicador del eje Gobierno y Sociedad	65
GRÁFICO 18 Estructura Organizacional de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay.....	70
GRÁFICO 19 Puntaje global de ASFALTAR EP.	75
GRÁFICO 20 Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	75
GRÁFICO 21 Tabulación por indicador del eje Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	76
GRÁFICO 22 Público Interno	78
GRÁFICO 23 Tabulación por indicador del eje Público Interno	79
GRÁFICO 24 Medio Ambiente.....	82
GRÁFICO 25 Tabulación por indicador del eje Medio Ambiente	82
GRÁFICO 26 Proveedores	84
GRÁFICO 27 Tabulación por indicador del eje Proveedores	85
GRÁFICO 28 Clientes y Consumidores.....	86
GRÁFICO 29 Tabulación por indicador del eje Consumidores y Clientes	87
GRÁFICO 30 Comunidad	88
GRÁFICO 31 Tabulación por indicador del eje Comunidad	89
GRÁFICO 32 Gobierno y Sociedad.....	90
GRÁFICO 33 Tabulación por indicador del eje Gobierno y Sociedad	91
GRÁFICO 34 Puntaje del sector dedicado a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay	119
GRÁFICO 35 Puntaje de la empresa ASFALTAR EP.	120
GRÁFICO 1	164



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Silvia Jakeline García Ruilova, autora de la tesis "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016" reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, noviembre de 2016

Silvia Jakeline García Ruilova

0704858042



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Angélica Gabriela Vásquez Remache, autora de la tesis "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016" reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, noviembre de 2016

Angélica Gabriela Vásquez Remache

0105358246



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Silvia Jakeline García Ruilova, autora de la tesis “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016” certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, noviembre de 2016

Silvia Jakeline García Ruilova

0704858042



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Angélica Gabriela Vásquez Remache, autora de la tesis "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016" certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, noviembre de 2016

Angélica Gabriela Vásquez Remache

0105358246



AGRADECIMIENTO

A nuestras familias por el apoyo, esfuerzo y dedicación a lo largo de nuestra vida guiando cada una de nuestras acciones con responsabilidad y honestidad, siendo ellos nuestro pilar fundamental para conseguir este logro profesional.

A la Ing. Vanesa Rojas por guiarnos en la elaboración de este trabajo aportando con sus conocimientos y experiencia; así también por el tiempo dedicado al mismo.

A cada uno de los profesores que han compartido sus conocimientos en nuestra preparación profesional y personal.

A los funcionarios de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay por permitirnos realizar el trabajo de titulación en esta distinguida institución dando la apertura e interés para culminar esta investigación con éxito.

Silvia García Ruilova
Gabriela Vásquez Remache



DEDICATORIA

Un camino recorrido muy agradecida con Dios, es por ello que me complace dedicar este trabajo de manera muy especial a mis padres que gracias a su cariño esfuerzo y dedicación me ayudan a cumplir cada día mis metas, así también a mis abuelitos, a mis hermanas y mi familia por sus consejos, apoyo durante todo este camino, a mis amigos por todas las experiencias compartidas durante esta etapa que perdurarán.

Silvia García Ruilova

A mis padres quienes supieron guiarme, apoyarme en cada momento de mi vida; por aconsejarme en cada decisión que he tomado siendo la base fundamental para alcanzar este logro.

A mi abuelita, hermanos y hermana por brindarme su apoyo para alcanzar cada meta propuesta.

A mis amigos con quienes he compartido buenos y malos momentos tanto dentro y fuera del salón de clase.

Gabriela Vásquez Remache



INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas deben adaptarse a los cambios y exigencias de la sociedad es por ello que temas relacionados a Responsabilidad Social Empresarial han tenido un mayor impacto en el mundo laboral ya que esto no sólo abarca temas relacionados al medio ambiente y la comunidad, sino a distintos aspectos tales como: valores, transparencia y gobierno corporativo, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad y gobierno y sociedad; es decir la RSE comprende a todos los stakeholders involucrándolos en el modelo de gestión empresarial enfocándose al desarrollo sostenible.

En la provincia del Azuay son pocas las instituciones que han adaptado sus actividades a un modelo de gestión responsable y siendo esta provincia la que lidera en el sector de la construcción a nivel nacional; es por ello que se ha visto la necesidad de realizar un análisis del nivel de Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones cuyo sector es la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico así como la construcción y mantenimiento vial.

Con la aplicación del muestreo bola de nieve se encontraron siete empresas pertenecientes al sector objeto de estudio; de las cuales se pudo obtener información de cinco de ellas aplicando el modelo de encuesta propuesto por el Instituto Ethos de Brasil; mismo que está compuesto por siete ejes y cuarenta indicadores.

Con el fin de realizar la propuesta de un plan de Responsabilidad Social para la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP., en base a la información recopilada aplicando la encuesta de los indicadores Ethos, se analiza el sector y se realiza un estudio completo de la situación actual de la institución referente a RSE, para determinar las falencias y generar estrategias para mejorar la misma, haciendo que sea una organización socialmente responsable a más de convertirse en la primer empresa de su sector en adaptar un modelo de gestión de RSE.

Este trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos en donde:



El capítulo uno está compuesto por el marco teórico necesario para un conocimiento general sobre Responsabilidad Social Empresarial, como su origen y evolución; conceptos propuestos por diferentes teóricos, el alcance de la RSE, además de los beneficios al implementar un plan de RSE, y la metodología referente a los Indicadores Ethos.

En el capítulo dos se presenta el análisis de RSE del sector dedicado a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico así como la construcción y mantenimiento vial; aplicando la encuesta de los Indicadores Ethos.

Mientras que el capítulo tres se enfoca en el estudio específico de la empresa ASFALTAR EP., ejecutando la aplicación de la encuesta de los Indicadores Ethos, para determinar el nivel de RSE en los distintos ejes.

El capítulo cuatro abarca la propuesta del diseño del plan de Responsabilidad Social Empresarial para ASFALTAR EP., en donde se presentan diez estrategias que ayudarán a incrementar el nivel de Responsabilidad Social de la institución.

Finalmente, en el capítulo cinco se presentan las conclusiones y recomendaciones generadas en el desarrollo de este trabajo investigativo.



CAPITULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 Origen de la Responsabilidad Social

Hacia los finales de la década de los setenta y principios de los ochenta debido a la investigación de la importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, se enfatiza en la doctrina de una Responsabilidad Social Empresarial, que se fundamenta en el desempeño de las empresas en el contexto social y en el considerable impacto de actuaciones de las mismas: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en uno de los agentes sociales más importantes, porque buscan redefinir sus operaciones en términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio tanto de mentalidad como de las expectativas genera presiones sobre las organizaciones que reclaman los costos sociales generados por su actividad.

En la década de los cincuenta la RSE, se conocía como una filantropía que estaba totalmente alejada de la razón de ser de la empresa, ya que actuaba a favor de las causas religiosas, como dar caridad a la iglesia.

Howard Bowen¹ consideraba a la Responsabilidad Social Empresarial como una “filantropía empresarial que funcionaba como algo aleatorio a la empresa y sin ningún planteamiento estratégico de la organización. La filantropía empresarial se manejaba mediante las decisiones personales de los dueños, accionistas o por consejo directivo de las empresas”. (ROCHA, 2013).

En la década de los sesenta, se enfatiza en el enfoque de la Responsabilidad Social que está ligada a la conducta y a las responsabilidades del hombre de negocios, generando con ello la gestión de hechos sociales que van más allá del interés económico, ya que propone el uso de los beneficios económicos de las empresas en los beneficios de la sociedad (comunidad), es decir, la Responsabilidad Social Empresarial toma en cuenta el impacto de las decisiones de los empresarios en el entorno social.

¹ Economista, autor de “Social Responsibility of the Businessman” (1953)



Keith Davis² presenta la “Ley de Oro de la Responsabilidad” sostiene que la responsabilidad social de los empresarios debe ser acorde al poder de las empresas. Además Milton Friedman presenta la primera versión sobre el rol de las organizaciones.

Davis y Blomstrom formularon una definición “La responsabilidad Social empresarial es deber de toda persona de tener en cuenta el impacto de sus actos en todo el sistema social; lo cual implica la necesidad de mirar más allá de lo estrictamente económico o productivo de la empresa, considerando el sistema social en su conjunto”. (UNIVERSIDAD DE PALERMO, 2016)

En los setenta Friedman³ (1970) critica la conceptualización de la RSE como una teoría revolucionaria, ya que plantea que la única responsabilidad de las empresas es maximizar los beneficios de los acciones. Además se enfatiza en la necesidad de precisar el concepto de responsabilidad social empresarial debido al vínculo entre la sociedad y la empresa, ya que es la sociedad la que valida el desempeño y funcionamiento de la empresa, por lo que plantea una serie de obligaciones que debe cumplir; Así Archie Carroll⁴ (1979) propone cuatro componentes: responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidades éticas y responsabilidades filantrópicas, en esta época se plantea una serie de elementos con diversos componentes, ya que no se cuenta con una sola concepción, Johnson (1971) enuncia cuatro perspectivas del concepto: conocimiento del entorno, programas sociales para poder obtener beneficios, interés de optimizar los beneficios económicos, sociales y la generación de riqueza.

Theodore Levitt⁵ “la única función de las empresas es la actividad económica. El negocio es negocio”.

En la década de los ochenta, la Responsabilidad Social Empresarial se conceptualiza como la capacidad de respuesta empresarial, así Peter Drucker⁶ (1978) planteó que las empresas deben convertir su RSE en una oportunidad de negocio integrada a las necesidades de la sociedad con la actividad empresarial lo que convierte los problemas sociales en oportunidades de negocio, en

² Business Finance. Motivational Speaker.

³ Economista, recibió Nobel Memorial Prize in Economic Sciences.

⁴ Profesor Emeritus, Co-autor de libro de Corporate Responsibility.

⁵ Economista y profesor de Harvard Business School.

Editor de Harvard Business Review

⁶ Management Consultant, Alma Mater University of Frankfurt.



capacidad de producción, trabajos bien remunerados y en riqueza. (ROCHA, 2013). El mismo año se manifiesta con la unión de los grupos de interés (stakeholders), ya que plantea las relaciones con diversos grupos como accionistas, inversores, empleados, clientes y proveedores, con los cuales las organizaciones tienen una responsabilidad, esto contradice con la idea de la empresa como maximizadora de beneficios de los accionistas. En esta época con Crespo (2010), aparecen las primeras concepciones que la teoría administrativa no se puede separar de la práctica empresarial.

En los noventa, se consolida la teoría de los grupos de interés (stakeholders) enfatizando en los diversos grupos, va tomando forma el planteamiento de la Responsabilidad Social como una forma de gestionar las relaciones de las empresas con sus grupos de interés, en estos años toma auge la ética de los negocios o ética empresarial, como ética aplicada.

Asociado con la ética de los negocios, se plantea el concepto de bien común como horizonte y fin ético de las actividades de las empresas en la sociedad. En esta misma época se fortalece el concepto de la Ciudadanía Corporativa entendida como la actuación responsable en los negocios y en las relaciones con los grupos de interés, con el medio ambiente y con la comunidad con la que se relaciona.

Surge la noción de ciudadanía corporativa como término que comprende varias prácticas que marcan el comportamiento responsable de las empresas, haciendo énfasis en la relación de la empresa con la sociedad dentro de un contexto muy amplio. (UNIVERSIDAD DE PALERMO, 2016)

En la primera década del tercer milenio se presentan varias teorías de la Responsabilidad Social asociadas con las necesidades políticas, sociales, ambientales, y éticas propias del momento, este concepto se hace más complejo debido a que se ven involucrados más organismos que integran mayores requerimientos o exigencias de la sociedad civil, organismos internacionales como la ONU, la Unión Europea.

En ámbito internacional se tiene tres desarrollos principales: la creación del Pacto Global en 2000 la Declaración de New York en 2010 y lanzamiento de la ISO 26000 en 2010.

- **Pacto Mundial** es una iniciativa de la ONU que fue creada de forma voluntaria en la que las empresas se comprometen a alinear sus



estrategias y operaciones en cuatro áreas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente, anticorrupción.

- **La Declaración de New York** presenta una nueva visión de liderazgo empresarial que modernizan los compromisos empresariales, incluyen 10 aseveraciones los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente anticorrupción para las empresas y la sociedad en general.
- **La ISO 26000** (Internacional Organization for Standarization), es una guía sobre comportamientos sociales responsables y posibles acciones, se diferencia de las otras ISO ya que esta no es un certificación, sino una guía para las empresas para que potencien sus acciones de RSE ,y así adquirir reconocimiento por parte de sus clientes. (ROCHA, 2013)

Existe una estrecha relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la sustentabilidad, algunos empresarios lo usan como sinónimos, entendiéndose como sustentabilidad o desarrollo sostenible a la forma de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, así en 1999 la ONU promulga el Pacto Global como respuesta a la pobreza e inequidad del mundo actual, en el cual se vincula a las organizaciones como un medio estratégico para que asuman el compromiso en cuatro dimensiones como lo son el derecho laboral, derechos humanos, medios anticorrupción, y medio ambiente. En este contexto, la Unión Europea plantea que la RSE no significa solamente cumplir con las obligaciones jurídicas, sino que enfatiza en la necesidad de una RSE que este más allá de las exigencias sociales, ambientales, manifestando el respeto por los derechos y los valores comunes como la solidaridad entre la empresa y la sociedad.

La coyuntura de la RSE con la estrategia empresarial presenta un beneficio para la sociedad como para las organizaciones que gestionan sus actividades de forma responsable. Porter y Kramer (2006), plantean a “La RSE como Creación de Valor Compartido, una propuesta que está orientada a gestionar la RSE estratégicamente con los fines del negocio de modo que la Responsabilidad Social no sea una fuente de costos inútiles sino una propuesta lucrativa para las organizaciones en términos de reputación, legitimidad social, fortalecimiento de marca”. Plantea que la RSE debe estar alineada a las operaciones estratégicas de la organización lo que permitirá tener una perspectiva que ayudará a que esta sea productiva y contribuya a la generación de beneficios corporativos. En síntesis

se propone que la RSE sea una fuente de ventaja competitiva y diferenciación en el mercado, que esté, más allá del cumplimiento de ciertos objetivos, de normas jurídicas, respuesta a presiones sociales y de legitimidad empresarial.

Dado a su evolución y a su carácter dinámico en el tiempo, no se puede precisar una definición sobre la RSE en concreto puesto que depende de una serie de fundamentos teóricos que impiden su conceptualización.

Tabla 1 Enfoque histórico de la RSE

DECADA 1950	DECADA 1960	DECADA 1970	DECADA 1980	DECADA 1990	DECADA 2000
Filantropía	Enfoque ligado a responsabilidad de hombre de negocios o empresario.	Friedman (1970) la RSE como teoría revolucionaria	Drucker (1979) propone la RSE como oportunidad de negocio no solo como gasto sino como una enorme posibilidad de crecimiento económico.	Se consolida la preocupación por la ética de los negocios.	La RSE integra las diversas exigencias de la sociedad civil y de organismo internacionales como la ONU
La RSE asociada a causas religiosas		Los beneficios económicos deben compensar el beneficio de la sociedad.			
	Carroll (1979) propone cuatro componentes: responsabilidad económica, legal, ética, filantrópica		Concepto de sustentabilidad.	El bien común como fin de las actividades de la empresa.	La RSE alineada con la estrategia de la empresa.

Fuente: Adaptación y extensión de la Universidad de Palermo, sobre la base de Rocha (2013)

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

1.2 Definiciones de Responsabilidad Social

La definición de Responsabilidad Social Empresarial es un término que aún sigue en desarrollo, se vincula este concepto con sustentabilidad, sostenibilidad, ciudadanía corporativa entre otros, por lo que algunas instituciones empresariales y teóricos plantean algunas definiciones de RSE otorgando una relación operacional.



El término desarrollo sostenible, fue introducido por primera vez en el documento conocido como informe Brundtland (1987), debido a los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas lo cual se asumiría en el Principio 3 de la Declaración del Rio en 1992: “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”⁷

1.2.1 Organismos internacionales y extranjeros

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social “La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”.⁸

Según la ISO 26000, la Responsabilidad Social Empresarial es “una nueva forma de hacer empresa, que se vincula al proceso de globalización de la economía, mundial surge el convencimiento de la necesidad de Innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad del negocio debe ir más allá de lo puramente tecnológico para instalarse definitivamente en el ámbito de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y medioambiental y, particularmente, en el espacio de lo laboral”.⁹

La Unión Europea plantea; “La RSE es la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales de sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.¹⁰

Business in The Community U.K. y Miembro de CSR Europe “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 de la

⁷ Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland):Nuestro Futuro Común

⁸ Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.

⁹ Organización Internacional de Normalización 2010.

¹⁰ Unión Europea.



sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible”¹¹

Forum Empresa, Eusiness For Social Responsibility (BSR) y Acción empresarial
“Una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”¹²

World Business Council on Sustainable Development “Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”¹³

La responsabilidad social se considera como un compromiso integral con la empresa lo que implica cumplir tanto en lo interno como en lo externo, considerando las variables económicas, sociales y ambientales de todos sus colaboradores, manifestando respeto por los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, aportando así a la construcción del bien común. (JUAN FELIPE CAJIGA CALDERÓN, 2016)

Para Forum Empresa¹⁴ “La Responsabilidad Social es una nueva forma de hacer negocios en la que la empresa gestiona las operaciones de una forma sustentable en lo económico, social, ambiental reconociendo los intereses de los stakeholders y el cuidado del medio ambiente, así como la sustentabilidad de generaciones futuras.”

La cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana, plantea que la RSE es “un modelo de gestión empresarial que se replica a nivel mundial respondiendo a la nueva tendencia del desarrollo sostenible”¹⁵

¹¹ Business in The Community U.K. y Miembro de CSR Europe.

¹² Forum Empresa, Eusiness For Social Responsibility (BSR) y Acción empresarial.

¹³ World Business Council on Sustainable Development.

¹⁴ CEMEFI es promotor y miembro fundador de Forum Empresa, una alianza de organizaciones nacionales que comparten la visión sobre la Responsabilidad Empresarial en América. Forum Empresa es la red de Responsabilidad Social más grande.

¹⁵ Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana.



1.2.2 Teóricos de la RSE

Porter y Kramer (2006), plantean que la buena ciudadanía es una condición indispensable de RSE y las empresas están obligadas a cumplirlas, pero ellos la consideran como un primer momento de una concepción estratégica de la RSE.

Peter Drucker “Cada empleado 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. Esto es la responsabilidad social.”¹⁶

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”.¹⁷

Foro de Expertos “La Responsabilidad Social Empresarial es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.¹⁸

V. Balachandran y V. Chadrasekaran, la Responsabilidad Social Empresarial es y trata de cómo las empresas manejan los procesos de los negocios para producir un impacto positivo y total en la sociedad. (V., 2011)

Finalmente, se dice que la Responsabilidad Social Empresarial es un instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera aspectos económicos, sociales y ambientales, así como la relación que la empresa tiene con los grupos de interés. Esta se realiza de forma voluntaria por parte de las empresas.

1.2.3 Grandes conceptos de Responsabilidad Social

➤ Concepto estratégico de RSE.

¹⁶ Peter Drucker.

¹⁷Richard Daft.

¹⁸ Foro de Expertos.



Nace como la necesidad de afrontar unos costos de operación y unas pérdidas inevitables que suponen reparar los daños sociales y asumir una consecuencia culposa. Por lo que propone la gestión responsable de la empresa ante el impacto ambiental, el desarrollo sostenible y las problemáticas sociales, estos pueden ser fuente de ganancias para las organizaciones. Esta relación estratégica de la RSE está orientada a una relación ganar-ganar, dado que una RSE bien orientada e integrada produce beneficios tanto sociales como empresariales y a su vez es una fuente de progreso.

➤ **Concepto político- social de RSE.**

Sustenta la expresión de suma de voluntades que tienen como finalidad la creación de un acuerdo, que respete unos deberes sociales y el reconocimiento de unos derechos políticos. Este concepto responde a la necesidad de configurarse con las normas institucionales y vincularse a las prácticas cotidianas de las organizaciones. En esta perspectiva institucional y contrato social se manifiesta el papel de las normas, los acuerdos, y valores sociales, éticos como fuente de responsabilidad social.

La concepción socio-política de RSE considera a las empresas como entidades sociales que están afectadas por políticas, problemas sociales, ambientes externos (extra-mercados), es decir, que no son parte del mercado.

➤ **Concepto Ético.**

Sustenta la existencia de la RSE como la exigencia moral de las decisiones y de las conductas, no solamente de los empresarios, sino de las organizaciones, expresadas en principios, normas y código de comportamiento, bajo el criterio de que las empresas deben actuar por el bien común. Cortina (1994) justifica que es posible hablar de una dimensión moral de la empresa.

➤ **Stakeholders**



Un término en inglés que hace referencia a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de la empresa. Freeman¹⁹ dice, “deben ser considerados elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios”.

Se distinguen varios tipos de stakeholders entre primarios que son los que tienen una relación directa con la organización; mientras que los secundarios no mantienen una relación directa con la empresa.

Stakeholders Internos:

1. Inversionistas/Accionistas:

Son lo que poseen altas cuotas de poder sobre la organización ya que son los que aportan el capital para la marcha institucional, para poder generar utilidades.

2. Trabajadores/Sindicatos Internos:

El talento humano es la base de la empresa, actualmente se le da un mayor énfasis a la calidad y capacidad del trabajador para el cumplimiento de las tareas, por los que se debe realizar una capacitación de forma regular para los mismos.

Stakeholders externos:

- **Estado y entes reguladores:**

El estado actúa como stakeholders cuando se le ve como regulador de las políticas laborales, fiscales y regulatorias, así como el de brindar la seguridad jurídica para la organización como para el inversionista.

- **Sindicato externo:**

Formado por los sectores de producción, ramas o tipos de industria o servicios que constituyen la fuerza sindical de una organización.

- **Competidores:**

Empresas que se dedican a actividades afines, es decir, que su giro de negocio tiene similares características.

- **Clientes y clientes potenciales.**

El objetivo de la organización empresarial es llegar al cliente para satisfacer sus necesidades mediante la entrega de un bien o el cumplimiento de un servicio. Las empresas deben considerar las

¹⁹ FREEMAN RE. Strategic Management: A stakeholders Approach, en el año 1984, pag, 21.



necesidades, gustos, preferencias y requerimientos, porque constituyen el núcleo de una organización.

- **Proveedores.**

Se debe considerar dado que son ellos los que entregan los insumos para la actividad operativa de las organizaciones.

- **Entidad Financiera.**

Estas entidades ayudan a solventar dificultades financieras que se presentan, o apoyan en la incursión de nuevos proyectos de inversión, estos stakeholders integran un parte mínima en las organizaciones.

- **Ciudadanía Corporativa.**

Considera a la empresa como si fuera un ciudadano pero analiza varios elementos al asociarlo con la RSE. Uno de ellos es que la empresa tiene derechos y responsabilidades no solo referidos a la maximización de utilidades.

- **La sostenibilidad.**

Hace referencia a su enfoque en el largo plazo, dado que si las empresas se enfatizan en el ahora, pueden llegar a tener resultados económicos negativos sacrificando la relación de confianza con las personas que la rodean y a su vez crear reacciones negativas para el futuro.

- **Desarrollo sostenible.**

Es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones de hoy, sin perjudicar la capacidad de próximas generaciones.

- **Triple línea de acción.**

Facilita la operatividad de la planificación, el seguimiento, control, evaluación y reporte de la gestión económica, social, y ambiental de una empresa u organización. (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES, 2008).



1.3 Dimensiones de la RSE

La aplicabilidad de la Responsabilidad Social es amplia debido a la diversidad de las empresas, personas y de sus comportamientos; por lo que se debe considerar las principales áreas para poder gestionarlas dentro de una institución.

1.3.1 Dimensión Interna

- **Talento Humano.-** Es la parte primordial de las empresas, asegurando buen clima laboral, condiciones adecuadas de trabajo, forma de trabajo de la organización, permitiendo que ellos aporten con sus ideas (Empowerment) y aporten a la producción, relaciones con los clientes.
- **Medio Ambiente:** Un buen comportamiento medioambiental es muy importante en las organizaciones, se debe cumplir con la normativa y se debe mejorar las relaciones con la comunidad local para así se fidelizar a los empleados y obtener lealtad de los clientes.

1.3.2 Dimensión Externa

- **Comunidad local:** Relación entre negocio rentable y el bien de la comunidad, por lo que se debe crear un espacio adecuado, la comunidad son una fuente importante ya que ellos son los que ayudan a identificar nuevas oportunidades de negocio.
- **Socios, proveedores y clientes.**
Se debe enfatizar en tener buenas relaciones con clientes y proveedores lo que garantizará el éxito en cada actividad de la organización.

1.4 Alcance de la RSE.

La Responsabilidad Social Empresarial es mantener a las organizaciones activas, rentables, compitiendo y produciendo en el mercado. Cuando una empresa es rentable no solo produce un retorno para sus dueños o accionistas, sino que genera beneficios sociales, tales como:



- Nuevas oportunidades de empleo a través de su expansión e inversión;
- Provisión de bienes y servicios valiosos para la empresa y la sociedad;
- Utilidades económicas que el Estado puede gravar y con el producto de esos impuestos mantener a los empleados públicos trabajando, desarrollando la infraestructura, el capital humano, proveer servicios de salud.

Algunas iniciativas para que las organizaciones opten por un plan de Responsabilidad Social Empresarial son:

- **Protección del medio ambiente**, como la creación de actividades que ayuden a la reducción de emisiones y desechos, incentivar al reciclaje de materiales y la reforestación en áreas abandonadas.
- **Actividades de filantropía**, como donaciones ya sean estas económicas o físicas, obras de caridad.
- **Participación en causas sociales**, como la divulgación de los derechos humanos y educación en temas médicos.
- **Desarrollo Urbano**, regeneración de pequeños negocios, áreas verdes en las zonas urbanas de escasos recursos económicos.
- **Planes de empleo**, que incluyan normas de higiene y seguridad laboral para los trabajadores con igualdad de oportunidades, adicionalmente que se cuente con un horario compartido y con flexibilidad de los mismos además, de un adecuado ambiente laboral. (Alcance de la Responsabilidad Social de las Empresas en los países en desarrollo , 2004)

Los alcances que ha tenido la Responsabilidad Social Empresarial son:

- ✓ **Alcance social y de desarrollo.**
Este se enfoca en las actividades realizadas por las empresas cuyo fin es contribuir con la sociedad y la comunidad externa.
- ✓ **Alcance solidario e igualitario.**
La empresa realiza un reconocimiento de los derechos y deberes, por parte de las organizaciones y la sociedad.
- ✓ **Alcance de auto-referencia.**
Este involucra la parte interna de la organización, la relación de esta con los accionistas, clientes, trabajadores.
- ✓ **Alcance ético sistémico.**



Hace referencia a una visión integral de la empresa en la sociedad, enfatiza la responsabilidad con los stakeholders para crear acciones que sean socialmente responsables.

✓ **Alcance ético y de valores.**

Las organizaciones deben trabajar con valores éticos iniciando por la parte directiva de la empresa para así poder impartir a las otras áreas de la organización.

La RSE se presenta como la combinación de aspectos tales como éticos, morales, legales, ambientales y es una decisión voluntaria. Abarca aspectos internos y externos los que han sido objeto de estudio, los primero están orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas; y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente.

1.5 Beneficios e implicaciones de la RSE

Las organizaciones pueden obtener múltiples beneficios al implementar un Plan de Responsabilidad Social empresarial, ya que se centra en la mejora continua permitiendo generar valor agregado para los stakeholders.

En el libro Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones se presentan algunos de los beneficios de implementar un plan de responsabilidad social, entre ellos están: (DESUR, 2014)²⁰

Beneficios externos:

- Mejorar la confianza de posibles inversores.
- Atraer y retener a personas con talento
- Posicionar y diferenciar la marca.
- Captar nuevos clientes.
- Fidelizar clientes.
- Mejorar la imagen corporativa
- Mejorar la relación con el entorno.

²⁰ Developing Sustainable Regions Through Responsible SMEs, Desarrollando Regiones Sostenibles a través de PYMEs Responsables.



Beneficios internos:

- Motivar a los/as empleados/as.
- Mejorar el clima laboral, redundando en la mejora de productividad y calidad del servicio.
- Mejorar la comunicación interna.
- Obtener fidelidad y compromiso del personal.
- Crear una cultura en la organización, a través del fomento de valores compartidos en la empresa.

Se debe tener en cuenta que estos beneficios podrán verse reflejados en el mediano o largo plazo, ya que es en un largo proceso tanto para la elaboración como implementación del plan de RSE; pero con la disposición y compromiso de todos los miembros de una organización se podrá obtener los resultados deseados.

En los últimos años la RSE ha tomado mayor auge a nivel mundial y es por ello que las compañías desean implementarlo, pero esto no es tarea fácil ya que conlleva una serie de implicaciones entre las importantes se tiene:

- Implicaciones económicas y operacionales.
- Implicaciones de la cultura organizacional.

Implicaciones económicas y operacionales

Al implementar un plan de RSE, una organización va a presentar cambios positivos en la operatividad de la misma ocasionando un incremento en la productividad de la empresa.

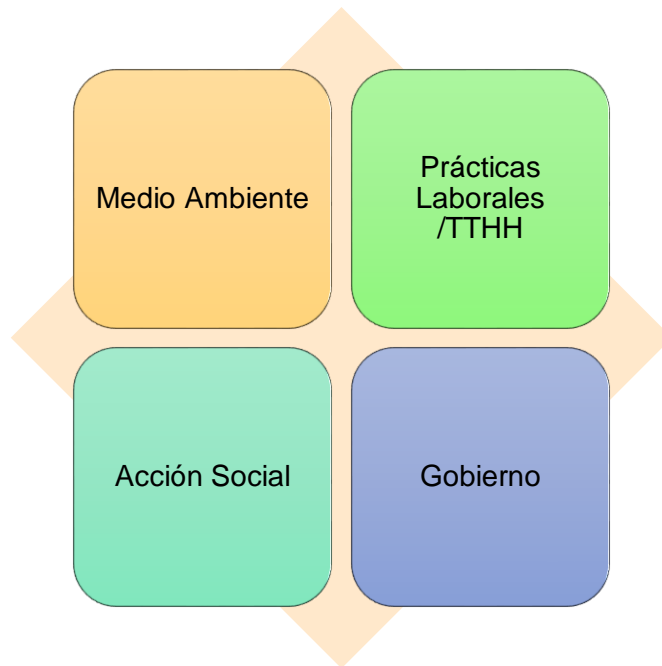
Implicaciones de la cultura organizacional

Para alcanzar los objetivos planteados en el Plan de Responsabilidad Empresarial, es necesario que todos los miembros tengan conocimiento de dicho plan; es decir se va a requerir de un involucramiento total de la organización.

1.6 Elementos de la RSE

Cada vez más se ve la necesidad de las organizaciones por elaborar y ejecutar un plan de RSE, es por ello que se debe tener presente los elementos principales para que la empresa sea socialmente aceptada. Estos elementos son:

GRÁFICO 1 Elementos de la RSE



Fuente: DESUR

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Medio Ambiente. Las instituciones deben enfocar sus actividades de tal forma que no afecten al medio ambiente o tratar de que la afectación sea mínima.

Prácticas Laborales/TTHH. El ambiente de trabajo debe ser agradable para todos los empleados y trabajadores de las organizaciones, permitir que sus integrantes puedan desarrollarse profesional y personalmente.

Gobierno. Disponer de una normativa interna para el correcto funcionamiento de las actividades propias de cada organización y poder llevar un control de las mismas.

Acción Social. Participación de las empresas en actividades beneficiosas para la comunidad ya sean sociales, educativas, deportivas, etc.



1.7 Marco teórico de los indicadores Ethos

Existe una herramienta indispensable que las empresas deberán tener en consideración al elaborar un plan de RSE, ya que ayuda a mejorar las actividades de la misma y mantener comprometida a la organización con los stakeholders.

Este instrumento es conocido como Indicadores Ethos de Responsabilidad Social que fue desarrollada por el Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, cuya sede se encuentra localizada en Brasil, fundada en 1998.

“Los Indicadores Ethos de Empresas Sostenibles y Responsables se centran en la evaluación de cómo la sostenibilidad y la responsabilidad social se han incorporado en el negocio, ayudando a la definición de estrategias, políticas y procesos” (Ethos, Instituto de Responsabilidad Social, 2016).

1.7.1 Estructura de los indicadores

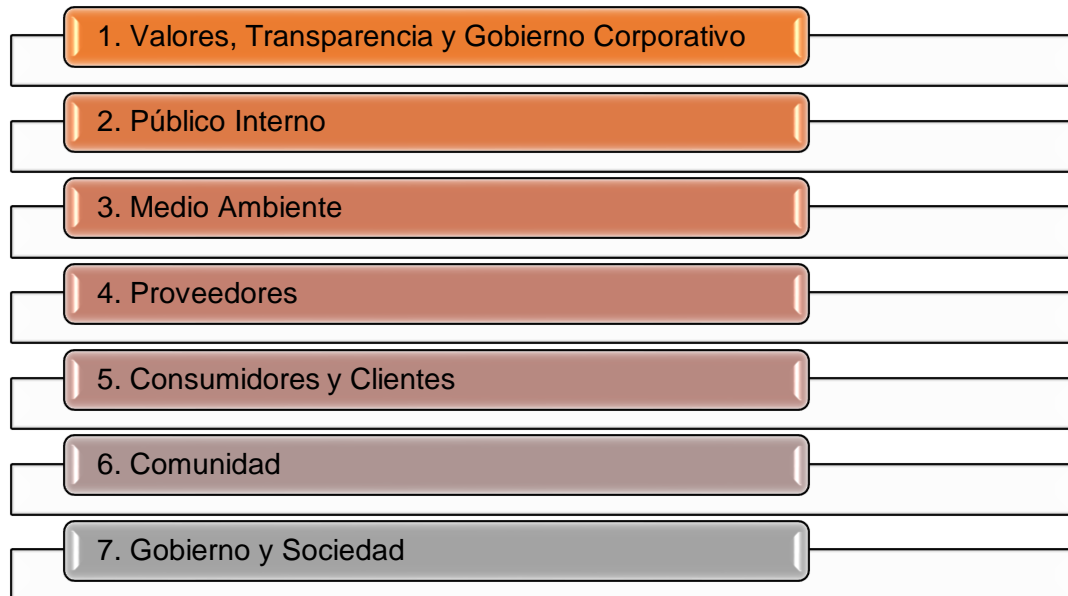
Los indicadores están estructurados de forma cualitativa (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, 2011).

- Indicador Cualitativo. El mismo que consta de tres alternativas, SI, NO, EN PARTE; este permite cualificar las respuestas seleccionadas en el indicador de profundidad.

1.7.2 Ejes e indicadores

Este sistema de evaluación está comprendido por 7 ejes a analizar, los mismos que integran a los stakeholders de una organización:

GRÁFICO 2 Ejes de los Indicadores Ethos



Fuente: Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Cada uno de estos ejes comprende una serie de indicadores, los cuales son (Ethos, Instituto de Responsabilidad Social, 2016):

1.7.2.1 Eje 1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Compromisos Éticos. Hace referencia a la adopción y alcance de valores y principios éticos.

Cultura Organizativa. Eficiencia en la difusión de los compromisos éticos (valores y principios éticos) a todos los miembros de la empresa.

Gobierno Corporativo. Prácticas corporativas con respecto a la normativa que rige a la misma.

Relaciones con la Competencia. Comportamiento de la organización con respecto a las políticas que rige a otras empresas pertenecientes al mismo sector.

Diálogo e Involucramiento de las Partes Interesadas (Stakeholders). Impacto que tienen las actividades propias del funcionamiento de la institución sobre la sociedad.



Balance Social. Rendición de cuentas sobre aspectos económicos, sociales y ambientales.

1.7.2.2 Eje 2. Público Interno

Relaciones con Sindicatos. Forma de actuar de la empresa frente a sindicatos de empleados formados dentro de la misma.

Gestión Participativa. Integración de los empleados para informar sobre la gestión empresarial.

Compromiso con el Futuro de los Niños. Hace referencia a las políticas empresariales para disminuir o eliminar el trabajo infantil.

Compromiso con el Desarrollo Infantil. Concepción de beneficios respecto a maternidad, paternidad, amamantación y guardería. Contribución al desarrollo de los hijos de los empleados.

Valoración en la Diversidad. Forma de disminuir o eliminar la discriminación ya sea internamente y con sus clientes, proveedores y la comunidad.

Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial. En base a la constitución, trata sin preferencia alguna a los empleados de distintas etnias.

Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género. Incorporación de mujeres en la empresa.

Relaciones con Trabajadores Tercerizados. Beneficios a los que tienen derecho los trabajadores tercerizados con respecto a los empleados regulares.

Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera. Nivel de cumplimiento de la empresa con el pago de sueldos adecuados, beneficios sociales, etc.

Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales. Actitud de la empresa por proporcionar un ambiente de trabajo adecuado.

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad. Preocupación de la institución para el desarrollo de sus trabajadores mediante capacitaciones continuas, facilitación de estudio, etc.



Conducta frente a Despidos. Forma de actuar de la empresa para proceder a un despido tomando en cuenta la situación del empleado y sobre todo la normativa correspondiente.

Preparación para la Jubilación. Interés de la institución para informar y guiar a los trabajadores al momento de la jubilación.

1.7.2.3 Eje 3. Medio Ambiente

Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental. Responsabilidad de la empresa frente a los impactos ambientales de las actividades del negocio.

Educación y Concienciación Ambiental. Busca concientizar a la comunidad sobre el cuidado ambiental.

Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios. Preocupación por el impacto al medio ambiente resultante de los procesos y productos.

Sustentabilidad de la Economía Forestal. Actuar de la institución en base a políticas que busquen contribuir y proteger a la biodiversidad.

Minimización de Entradas y Salidas de Materiales. Optimización de la empresa con respecto al uso de recursos.

1.7.2.4 Eje 4. Proveedores

Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores. Políticas empresariales para seleccionar y analizar a proveedores.

Trabajo Infantil en la Cadena Productiva. Forma de erradicar el trabajo infantil de la organización en colaboración con sus proveedores.

Trabajo Forzado en la Cadena Productiva. Eliminación del trabajo forzado dentro de la empresa y de los proveedores.

Apoyo al Desarrollo de Proveedores. Forma en la que ayuda a sus proveedores para que estos sean socialmente responsables.

1.7.2.5 Eje 5. Consumidores y Clientes

Política de Comunicación Comercial. Estrategias de comunicación corporativa ante la creación de una imagen de credibilidad y confianza.



Excelencia en la Atención. Calidad de los servicios de atención al cliente.

Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios. Preocupación sobre daños de los productos o servicios para los clientes.

1.7.2.6 Eje 6. Comunidad

Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno. Medidas que toma la empresa por reparar los impactos ocasionados por sus operaciones.

Relaciones con Organizaciones Locales. Grado en el que la institución se asocia con otras buscando promover el desarrollo social.

Financiamiento de la Acción Social. Forma en la que la organización financia su acción social.

Involucramiento con la Acción Social. Asignación de recursos o facilidad de los mismos para desarrollar proyectos sociales.

1.7.2.7 Eje 7. Gobierno y Sociedad

Contribuciones para Campañas Políticas. Formas que maneja la empresa con respecto a la financiación de partidos políticos y de candidatos a cargos públicos.

Construcción de la Ciudadanía por las Empresas. Desarrollo de actividades enfocado en la educación para la sociedad.

Prácticas Anticorrupción y Anticoima. Actitud de las organizaciones para eliminar actos ilícitos que promueven la corrupción.

Liderazgo e Influencia Social. Participación en comisiones y grupos de trabajo relacionados a temas de interés general.

Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales. Grado en el que la empresa trabaja en conjunto con instituciones públicas enfocados a incentivar mejoras en educación, salud, seguridad, etc.

1.7.3 Metodología de los indicadores Ethos

Para determinar si una empresa actúa con Responsabilidad Social, se va a considerar los parámetros de calificación utilizada por la empresa ADEC ETHOS



(Asociación de Empresarios Cristianos). Para obtener una información más detallada se procederá a realizar la encuesta dividida por ejes a distintos departamentos de las empresas objeto de estudio; los encuestados deberán calificar las distintas preguntas en una escala de 0 a 2 en donde:

- 0 = No
- 1 = En parte
- 2 = Sí

Para cada indicador existen tres alternativas de respuesta, “SI, NO y EN PARTE”, para proceder a la interpretación de resultados, se elaborará una matriz para el sector objeto de estudio, donde constarán los 7 ejes con sus respectivos indicadores con los puntajes obtenidos, total de ítems y la puntuación alcanzada. (ADEC, Asociación de Empresarios Cristianos, 2009)

Tabla 2 Metodología de los indicadores ETHOS

INDICADORES	Puntaje alcanzado	Total ítems	Puntuación
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo			
Público Interno			
Medio Ambiente			
Proveedores			
Consumidores y Clientes			
Comunidad			
Gobierno y Sociedad			
TOTAL			

Fuente: ADEC

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Una vez obtenido los resultados se procederá a determinar el grado de Responsabilidad Social de cada institución; en donde, en función de los resultados obtenidos se clasificará de la siguiente manera:

Tabla 3 Calificación del grado de Responsabilidad Social Empresarial

CATEGORÍA	ESCALA
La empresa no practica RSE.	Hasta 0,80
La empresa realiza ciertas acciones de RSE.	De 0,81 a 1,19
La empresa tiene buenos conocimientos con respecto a RSE y se comprometió a ejercer una gestión socialmente responsable.	De 1,20 a 1,69
La empresa maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos.	De 1,70 a 2

Fuente: ADEC-ETHOS

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

1.8 Aspectos Legales de la RSE

Las empresas localizadas en países menos desarrollados que otros deben tener en consideración aspectos legales: (Diputación Foral de Bizkaia, 2016)²¹

- **Cumplimiento de estándares de Derechos Humanos.**
- **Trabajo infantil, en terceros países.**
La empresa debe resistir a la contratación de mano de obra infantil así también promover esta práctica con sus proveedores.
- **Seguridad y Salud laboral.**
A más de cumplir con normativas de seguridad, la organización debe llevar un control de accidentes pasados, enfermedades laborales e implementar prácticas para disminuir estas afectaciones a empleados.
- **Lucha contra la corrupción.**
Llevar buenas prácticas de ética profesional para evitar actos ilícitos en una institución.
- **Cumplimiento de la normativa legal.**
Llevar un registro de las sanciones de una empresa para realizar mediciones y su compromiso con la sociedad y las reglas que la rigen.

²¹ Responsabilidad Social Corporativa en Bizkaia, El alcance de la RSC en la empresa. Pág. 3-4



CAPITULO II

2. ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS INSTITUCIONES DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, SUMINISTRO Y COLOCACIÓN DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

2.1. Descripción del sector

El análisis va a estar enfocado a empresas dedicadas a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico así como la construcción y mantenimiento vial, debido a que la colocación de este material constituye una parte de la construcción vial, es por ello que se ha visto necesario el análisis de estas dos actividades económicas ya que están interrelacionadas.

Las empresas que se dedican a la producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico pertenecen al sector de la construcción vial.

Según el diccionario de la Lengua Española, el término construcción se define como *“el sector de la industria dedicada al levantamiento de edificios y estructuras, y que engloba todos los oficios manuales involucrados en el proceso constructivo”*. (Real Academia Española, 2016).

En Ecuador el sector de la construcción debido a su crecimiento y generación de valor, es una de las actividades económicas más representativas, además constituye una de las mayores fuentes de empleo del país que va desde la mano de obra (albañiles, mecánicos, carpinteros, etc.) hasta profesionales (ingenieros, arquitectos, etc.)

Según datos publicados por el INEC del Censo Nacional Económico del año 2010, en el Azuay, el número de establecimientos que pertenecen al sector de construcción es de 17.74%, siendo la provincia que lidera el número de instituciones dedicadas a esta actividad. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2012).



2.2 Metodología de la investigación

2.2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizará es el método descriptivo, el mismo que permitirá determinar con mayor precisión las características del sector a ser analizado, y su vez poder emitir un juicio más claro con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

2.2.2 Modalidad de la investigación

En esta investigación se utilizará metodologías cualitativas y cuantitativas, el cual se lo realizará mediante la aplicación de una encuesta de los Indicadores Ethos, cuyo fin es recopilar información sobre las características del comportamiento de la población mediante inferencia muestral, el cual revelará la información oportuna con la que se fundamentará el Plan de Responsabilidad Social a ser diseñado.

2.2.3 Población y Muestra

La población objeto de análisis son las empresas que se dedican a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico y a la construcción vial de la provincia del Azuay.

Elección del tipo de muestreo

Para este estudio se utilizará un muestreo no probabilístico el cual no se basa en el azar, sino en el juicio del investigador quien decide que elementos se incluyen en la muestra. Este tipo de muestreo da buenas estimaciones sobre las características de la población objeto de estudio.

Una desventaja de este tipo de muestreo es que no cualquier elemento tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para ser parte de la muestra.

La técnica de muestreo a ser aplicada es Muestreo de bola de Nieve.

Esta de técnica de muestreo no probabilístico consiste en seleccionar al azar un grupo inicial a ser encuestados quienes a su vez con base a referencias facilitarán información de población meta de interés quienes tendrán características demográficas y psicológicas más similares que si se lo realizara al azar. (Malhotra, 2008).



Se eligió esta técnica debido a que inicialmente se contaba con una base de datos proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), en la que constaba la razón social, actividad económica y ubicación; sin embargo se realizó la visita a distintas empresas ubicadas en varios cantones de la provincia del Azuay como Sígsig, Paute, San Fernando y dentro de la ciudad de Cuenca, pero en las direcciones que constaban en la base de datos del SRI, las empresas si es que funcionaban ahí anteriormente, hoy en día ya no existen sus instalaciones, razón por la cual se optó por aplicar el muestreo bola de nieve.

Prueba piloto

La prueba piloto consiste en probar un cuestionario que permitirá identificar y eliminar problemas que se puedan presentar en el instrumento antes de aplicarlo a la totalidad de la muestra en cuestión, esta encuesta se debe realizar de una forma minuciosa para poder probar el contenido, redacción, secuencia, formato así como la dificultad de las preguntas. (Malhotra, 2008)

La prueba piloto se la corrió dentro de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, por ser la organización objeto de estudio. La encuesta está elaborada en base a los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social.

2.3 Empresas dedicadas a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay

La técnica que se utilizará para la investigación de este sector es la técnica de muestreo denominada bola de nieve que se explicó anteriormente, con la cual se obtuvo las siguientes empresas a través del Ing. Franklin Vintimilla, Subgerente Financiero de ASFALTAR EP., fuente principal para iniciar el estudio.

Tabla 4 Base de datos

Fuente: ASFALTAR EP.

	NOMBRE EMPRESA	DIRECCION
1	FOPECA S.A	Azuay-Santa Isabel - Abdón Calderón (La Unión) /Centro Parroquial
2	Constructora Caminos	Azuay- Cuenca – Sidcay - Entrada Llacao
3	Asfaltos y Concretos	Panamericana Norte, sector Chaullabamba
4	Hidalgo & Hidalgo Construcciones	Autopista Cuenca - Azogues
5	Planta de Asfalto del Municipio de Cuenca	Autopista Cuenca - Azogues, sector Ayancay
6	Verdu S.A.	Cuenca- San Joaquín - Calle Buenos Aires.
7	Conerco.	Autopista Cuenca - Azogues, sector Descanso

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

2.3.1 Método de recolección de información

La recolección de información se realizará mediante la aplicación de una encuesta que está basada en los indicadores ETHOS de Responsabilidad Social.

Encuestas.

Según Naresh K. Malhotra, considera a las encuestas como una entrevista a la que se realiza a un variado número de personas utilizando un cuestionario que esta prediseñado de acuerdo al tema a ser estudiado y a las necesidades de los investigadores de obtener la información. El autor menciona *“El método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica”*²²

²² Naresh K. Malhotra Dupree Collage Of Management, Georgia Institute Of Technology, autor de Libro Investigación de Mercados.

Tabla 5 Ejes e indicadores ETHOS

EJES	INDICADORES
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	1. Compromisos Éticos
	2. Cultura Organizativa
	3. Gobierno Corporativo
	4. Relaciones con la Competencia
	5. Diálogo e involucramiento de las Partes Interesadas (Stakeholders)
	6. Balance Social
Público Interno	7. Relaciones con Sindicatos
	8. Gestión Participativa
	9. Compromiso con el Futuro de los Niños
	10. Compromiso con el Desarrollo Infantil
	11. Valoración en la Diversidad
	12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
	13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
	14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados
	15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
	16. Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
	17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
	18. Comportamiento en los Despidos
	19. Preparación para la Jubilación
Medio Ambiente	20. Compromisos con la mejoría de la calidad ambiental.
	21. Educación y Conciencia Ambiental



	22. Gerenciamiento del impacto en el medio ambiente del ciclo de vida de productos y servicios.
	23. Sustentabilidad de la Economía forestal.
	24. Minimización de entradas y salidas de materiales.
Proveedores	25. Criterios de selección y Evaluación.
	26. Trabajo infantil en la cadena productiva.
	27. Trabajo Forzado en la cadena productiva
	28. Apoyo al desarrollo de proveedores.
Consumidores y Clientes	29. Política de comunicación comercial.
	30. Excelencia de la atención.
	31. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.
Comunidad	32. Gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad.
	33. Relaciones con organizaciones locales.
	34. Financiamiento de la acción social.
	35. Involucramiento con la acción social.
Gobierno y Sociedad	36. Contribuciones para campañas políticas
	37. Construcción de la ciudadanía por las compañías.
	38. Prácticas anticorrupción y anticoima.
	39. Liderazgo e influencia social.
	40. Participación en proyectos sociales gubernamentales.

Fuente: Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Cada uno de estos ejes cuenta con indicadores el cual permitirá analizar el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de organizaciones que se dedican a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico y a la construcción vial de la provincia del Azuay, sector que corresponde al estudio.

2.4 Análisis e interpretación de resultados

2.4.1 Matriz de puntaje global de las empresas que se dedican a la Producción, Comercialización, Suministro y Colocación de Mezcla y Hormigón Asfáltico y la Construcción Vial de la provincia del Azuay

Los datos a continuación detallados corresponden al análisis de las empresas antes mencionadas como son:

- FOPECA SA.
- Asfaltos y Concretos.
- Constructora de Caminos.
- Hidalgo & Hidalgo Construcciones.
- Empresa Municipal.

Cabe mencionar que en las empresas VERDU y CONERCO no se logró realizar la encuesta de los Indicadores ETHOS, por motivos que las empresas en cuestión no obtuvieron la autorización de las oficinas principales para poder completar dicho cuestionario.

La información detallada es la tabulación de las cinco empresas objeto de análisis de las cuales se contó con la colaboración de sus directivos.

Tabla 6 Tabulación del análisis del sector

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
1. Compromisos Éticos	155	86	1,80
2. Cultura Organizativa	19	15	1,27
3. Gobierno Corporativo	47	35	1,34
4. Relaciones con la Competencia	16	15	1,07
5. Diálogo e involucramiento de las Partes Interesadas (Stakeholders)	35	30	1,17
6. Balance Social	125	75	1,67



TOTAL EJE	397	256	1,55
PÚBLICO INTERNO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
7. Relaciones con Sindicatos	7	20	0,35
8. Gestión Participativa	19	15	1,27
9. Compromiso con el Futuro de los Niños	15	20	0,75
10. Compromiso con el Desarrollo Infantil	44	50	0,88
11. Valoración en la Diversidad	39	29	1,34
12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	41	40	1,03
13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	90	75	1,20
14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados	10	16	0,63
15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	35	25	1,40
16. Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones Laborales	63	55	1,15
17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	23	35	0,66
18. Comportamiento en los Despidos	28	20	1,40
19. Preparación para la Jubilación	16	15	1,07
TOTAL EJE	430	415	1,04
MEDIO AMBIENTE			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
20. Compromisos con la mejoría de la calidad ambiental.	52	30	1,73
21. Educación y Conciencia Ambiental	26	15	1,73



22. Gerenciamiento del impacto en el medio ambiente del ciclo de vida de productos y servicios.	56	33	1,70
23. Sustentabilidad de la Economía forestal.	15	15	1,00
24. Minimización de entradas y salidas de materiales.	51	30	1,70
TOTAL EJE	200	123	1,63
PROVEEDORES			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
25. Criterios de selección y Evaluación.	55	45	1,22
26. Trabajo infantil en la cadena productiva.	6	5	1,20
27. Trabajo Forzado en la cadena productiva	11	10	1,10
28. Apoyo al desarrollo de proveedores.	30	35	0,86
TOTAL EJE	102	95	1,07
CONSUMIDORES Y CLIENTES			
DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
29. Política de comunicación comercial.	38	35	1,09
30. Excelencia de la atención.	106	70	1,51
31. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.	16	13	1,23
TOTAL EJE	160	118	1,36
COMUNIDAD			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN



32. Gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad.	56	41	1,37
33. Relaciones con organizaciones locales.	15	10	1,50
34. Financiamiento de la acción social.	35	30	1,17
35. Involucramiento con la acción social.	15	16	0,94
TOTAL EJE	121	97	1,25
GOBIERNO Y SOCIEDAD			
TRANSPARENCIA POLITICA			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
36. Contribuciones para campañas políticas	5	5	1,00
37. Construcción de la ciudadanía por las compañías.	1	5	0,20
38. Prácticas anticorrupción y anticoima.	12	10	1,20
39. Liderazgo e influencia social.	14	14	1,00
40. Participación en proyectos sociales gubernamentales.	8	14	0,57
TOTAL EJE	40	48	0,83
PUNTAJE TOTAL	1450	1152	1,26

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

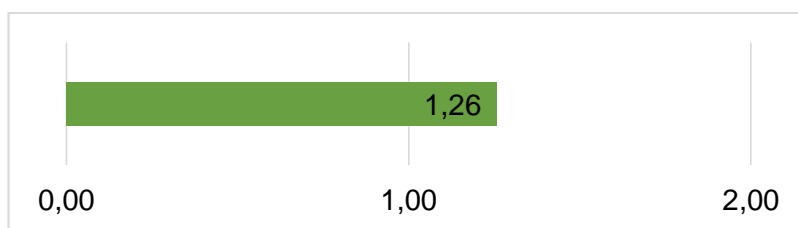
Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez²³

²³ Los resultados de las encuestas realizadas a cada empresa del sector no se adjunta a esta investigación, debido a un convenio de confidencialidad entre las partes interesadas; razón por la cual se presenta el puntaje global.

2.4.2 Interpretación de resultados

Una vez aplicada la encuesta a las distintas empresas que se dedican a la Producción, Comercialización, Suministro y Colocación de Mezcla y Hormigón Asfáltico de la provincia del Azuay así como a la Construcción Vial, en virtud de los puntajes obtenidos en base a los Indicadores Ethos, se obtuvieron los siguientes resultados:

GRÁFICO 3 Puntaje Global del Sector



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El nivel de Responsabilidad Social Empresarial de las instituciones objeto de estudio es de 1,26, lo cual significa que estas organizaciones tienen buenos conocimientos con relación a RSE y están comprometidas a ejercer una gestión socialmente responsable. Aunque estas empresas aún pueden adaptar sus actividades y comprometerse al desarrollo de distintos áreas enfocadas a los 7 ejes que comprenden los indicadores Ethos, tales como:

Tabla 7 Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

EJES	INDICADORES
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	1. Compromisos Éticos
	2. Cultura Organizativa
	3. Gobierno Corporativo
	4. Relaciones con la Competencia



	5. Diálogo e involucramiento de las Partes Interesadas (Stakeholders)
	6. Balance Social
Público Interno	7. Relaciones con Sindicatos
	8. Gestión Participativa
	9. Compromiso con el Futuro de los Niños
	10. Compromiso con el Desarrollo Infantil
	11. Valoración en la Diversidad
	12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
	13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
	14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados
	15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
	16. Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
	17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
	18. Comportamiento en los Despidos
	19. Preparación para la Jubilación
Medio Ambiente	20. Compromisos con la mejoría de la calidad ambiental.
	21. Educación y Conciencia Ambiental
	22. Gerenciamiento del impacto en el medio ambiente del ciclo de vida de productos y servicios.
	23. Sustentabilidad de la Economía forestal.
	24. Minimización de entradas y salidas de materiales.
Proveedores	25. Criterios de selección y Evaluación.
	26. Trabajo infantil en la cadena productiva.
	27. Trabajo Forzado en la cadena productiva
	28. Apoyo al desarrollo de proveedores.

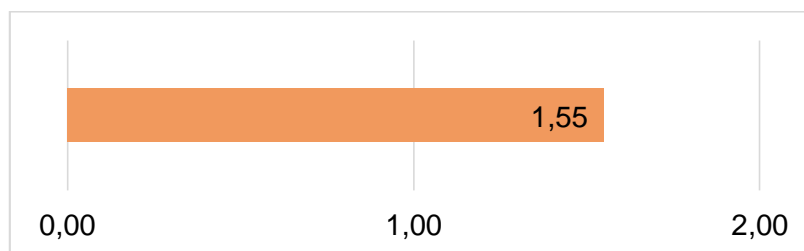
Consumidores y Clientes	29. Política de comunicación comercial.
	30. Excelencia de la atención.
	31. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.
Comunidad	32. Gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad.
	33. Relaciones con organizaciones locales.
	34. Financiamiento de la acción social.
	35. Involucramiento con la acción social.
Gobierno y Sociedad	36. Contribuciones para campañas políticas
	37. Construcción de la ciudadanía por las compañías.
	38. Prácticas anticorrupción y anticoima.
	39. Liderazgo e influencia social.
	40. Participación en proyectos sociales gubernamentales.

Fuente: Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

2.4.2.1 Análisis de los ejes de los Indicadores Ethos

GRÁFICO 4 Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

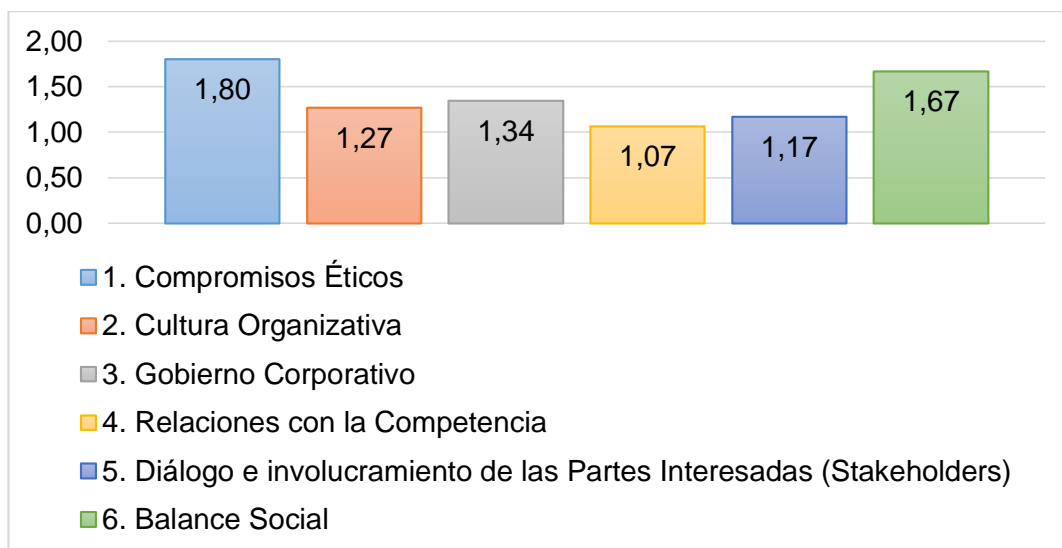


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En el indicador de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo se tiene que el sector obtuvo un porcentaje de 1,55, lo que implica que tiene buenos conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer la gestión de forma responsable.

GRÁFICO 5 Puntaje por indicador del eje Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El sector presenta un valor de 1,80 lo que demuestra que son explícitos en cuanto a los compromisos de ética, de transparencia y veracidad dentro de las organizaciones. Además que, cuentan con procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización. El sector cumple con todas las legislaciones en rigor para su ejercicio y está al día con todos los tributos.

Sin embargo se puede mencionar que en referencia a la cultura organizativa se obtuvo un 1,27, dado que el sector no cuenta con procedimientos explícitos y detallados para lidiar con denuncias relacionados al código de conducta de sus colaboradores.

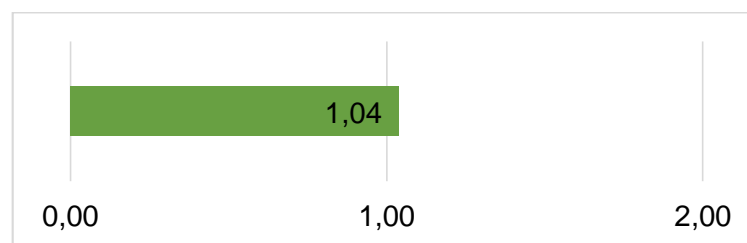
Mientras se tiene un 1,37, en Gobierno Corporativo, ya que en el sector las empresas si cuentan con evaluaciones periódicas para sus integrantes, además incluyen el respeto y derechos humanos en sus decisiones de inversión

En cuanto a las Relaciones con la competencia el sector presenta un valor de 1,07, lo que implica que el sector tiene ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial, porque cuentan con algunas políticas de competencia leal y exponen públicamente sus principios en concordancia con la competencia.

En referencia al indicador de Diálogo e involucramiento con las partes interesadas (Stakeholders), el sector obtuvo 1,17, lo que significa que el sector realiza ciertas acciones de RSE, debido a que las empresas cuentan con canales de comunicación con los stakeholders (clientes, proveedores, comunidad, empleados), atendiendo de forma inmediata sugerencias e inquietudes por parte de los mismos.

En referencia al Balance Social el sector presenta un 1,67 lo que demuestra que el sector tiene buenos conocimientos con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable, esto se debe a que el sector considera acciones de Inclusión, Equilibrio, Claridad Fiabilidad, Periodicidad al producir el balance social.

GRÁFICO 6 *Público Interno*

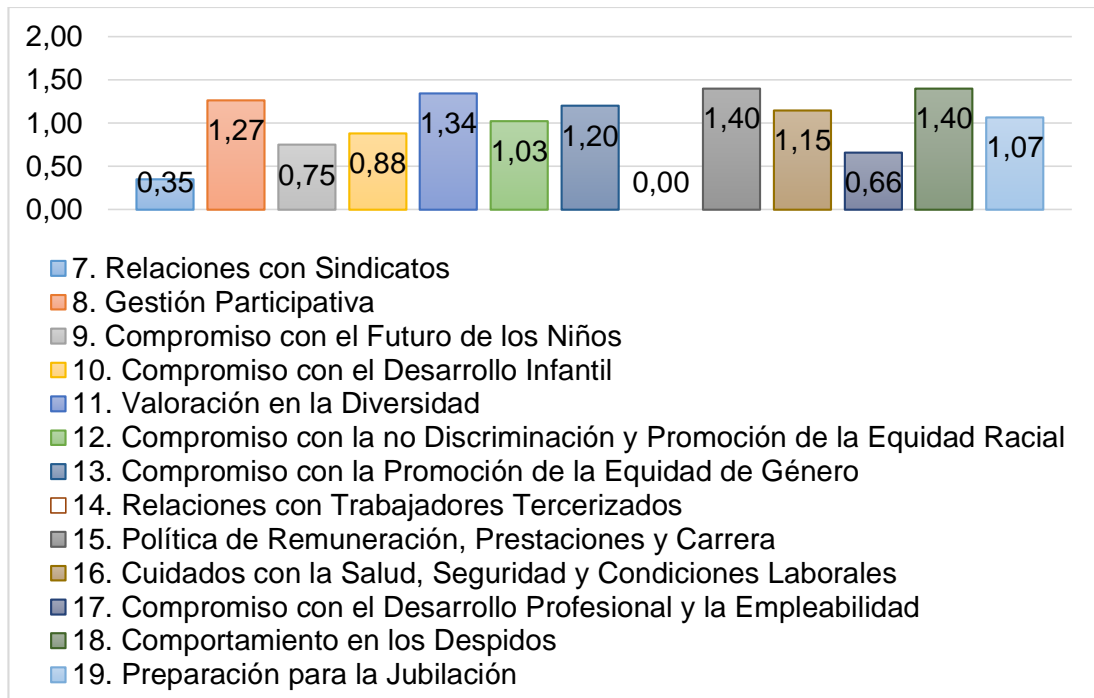


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Con respecto al eje de Público Interno, las empresas obtuvieron una puntuación de 1,05; es decir en este sector, las instituciones realizan ciertas acciones de RSE; las razones de este puntaje se puede observar en el gráfico 5.

GRÁFICO 7 Tabulación por indicador del eje Público Interno



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

La calificación de Relaciones con Sindicatos es de 0,35 debido a que en las empresas privadas no brindan apoyo a los sindicatos, en cambio en las instituciones públicas además de prestar el apoyo necesario se mantiene comunicación constante con los mismos.

El ratio de Gestión Participativa obtuvo un puntaje de 1,27, mismo que indica que el sector analizado en sus políticas administrativas toma en consideración a las opiniones, sugerencias, etc., de los trabajadores y de igual forma tienen la posibilidad de elegir a los integrantes de las comisiones existentes en las distintas empresas.

El Compromiso con el Futuro de los Niños que se mantiene en el sector es de 0,75; este valor se debe a que las empresas únicamente se limitan al cumplimiento de la ley que prohíbe el trabajo de menores de edad. Las instituciones no tienen como práctica el apoyo a niños o adolescentes en diferentes ámbitos como educación, cultura, deporte, etc.



Por su parte, el Compromiso con el Desarrollo Infantil es bajo, debido a que la calificación obtenida es de 0,88, esto se debe a que en el sector no se cuenta con programas específicos en donde se respalde el crecimiento de los hijos de los empleados ya sea con prestaciones educativas, médicas, etc.

La Valoración en la Diversidad que se practica en el sector es bueno ya que el puntaje obtenido es de 1,34, en consecuencia, se puede inferir que las empresas cuentan con prácticas en apoyo ya sea a personas con discapacidad, jóvenes, mujeres; sin hacer diferencias entre los trabajadores; pero se debe tener en consideración que se pueden realizar mejoras para alcanzar un puntaje mayor.

El puntaje obtenido en el Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial es de 1,03 debido a que en el sector no se cuenta con políticas explícitas sobre la no discriminación y equidad racial, pero si se llevan a cabo prácticas donde no se desprestigia o menosprecia a las personas por su etnia.

El puntaje obtenido con respecto al Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género de las instituciones pertenecientes al sector de análisis es de 1,20 debido a que se mantienen programas de igualdad de género y no se hacen distinciones entre los trabajadores.

El indicador de Relaciones con Trabajadores Tercerizados no se toma en consideración debido a que en Ecuador están prohibidos los trabajos tercerizados; en el Mandato Constituyente N° 8 del año 2008 se expresa: “Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador”. (Asamblea Nacional, 2016)

En el ratio de Política de Remuneración, Prestación y Carrera se obtuvo un puntaje de 1,40; las empresas mantienen políticas apropiadas con respecto a las remuneraciones y demás prestaciones en beneficio de los trabajadores.

Los Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones Laborales que mantienen las empresas con sus trabajadores son buenas debido a que en el sector se obtuvo una puntuación de 1,40. Las empresas brindan las comodidades necesarias para que los trabajadores se desempeñen en sus funciones pero no se cuentan con políticas para combatir distintos aspectos importantes en una

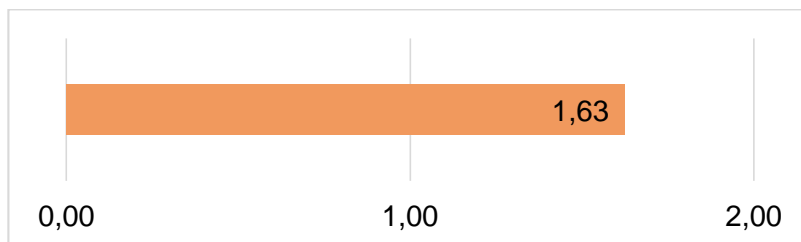
empresa tales como el acoso sexual, estrés, no se promueve el ejercicio físico, etc.

El Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad que las empresas del sector mantienen con su público interno es de 0,66 ya que no existe la preocupación necesaria hacia el crecimiento profesional de sus empleados.

El indicador de Comportamiento frente a Despidos obtuvo un valor de 1,40 lo que representa que el sector mantiene políticas para minimizar la rotación del personal y en caso de despidos se les comunica adecuadamente a los empleados las razones de dichas decisiones.

En el último indicador pertinente a público interno que es Preparación para la Jubilación la puntuación es de 1,07 llevando a la conclusión de que las empresas brindan información básica a los trabajadores para que puedan acceder al derecho de jubilación, pero este valor no es tan elevado debido a que en el sector analizado, las instituciones no poseen programas específicos que asesoren continuamente para la jubilación como ayuda psicológica o asesoría financiera.

GRÁFICO 8 Medio Ambiente

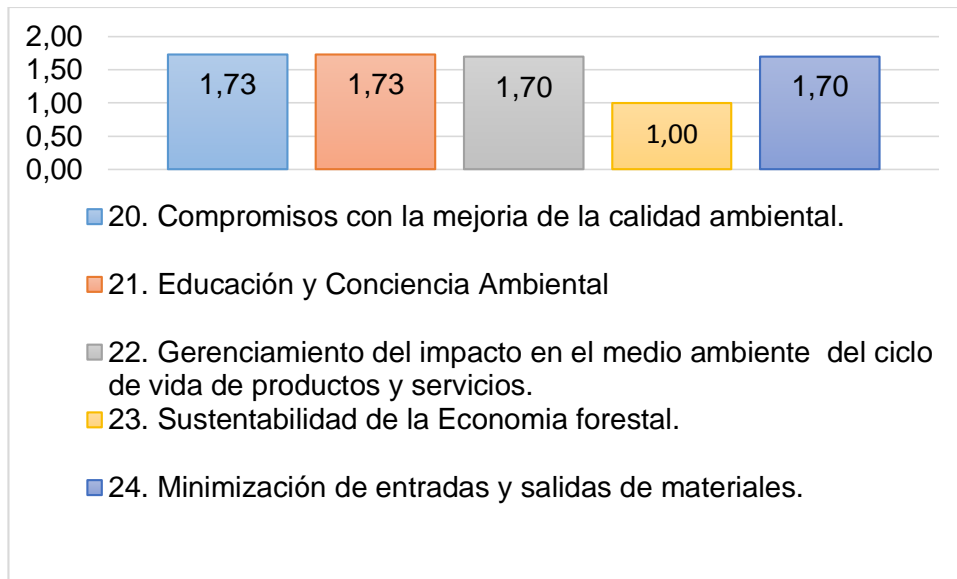


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En relación al Medio Ambiente el sector presenta 1,63 en este eje, lo que significa que manejan de forma adecuada el modelo de RSE y lo implementan para alcanzar sus objetivos, además que tratan los temas ambientales como tema transversal en su estructura organizativa incluyendo en la planificación estratégica del sector.

GRÁFICO 9 Tabulación por indicador del eje Medio Ambiente



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El gráfico 7 demuestra el comportamiento del sector en cada uno de los indicadores que forman parte del eje de Medio Ambiente.

En cuanto al compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental el sector alcanzado un valor de 1,73, lo que demuestra que manejan de forma adecuada el modelo de RSE y lo implementan para alcanzar sus objetivos, así mismo cumplen con los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, promoviendo programas internos de mejora ambiental, además participan en comités para discutir temas ambientales con el gobierno y la comunidad (Stakeholders).

En la Educación y Conciencia Ambiental el sector tiene una puntuación de 1,73 lo que significa que manejan de forma adecuada el modelo de RSE y lo implementan para alcanzar sus objetivos, esto se da mediante el desarrollo de campañas de concienciación y educación ambiental para apoyar los proyectos educacionales con asociaciones ejerciendo liderazgo social en favor de la causa.

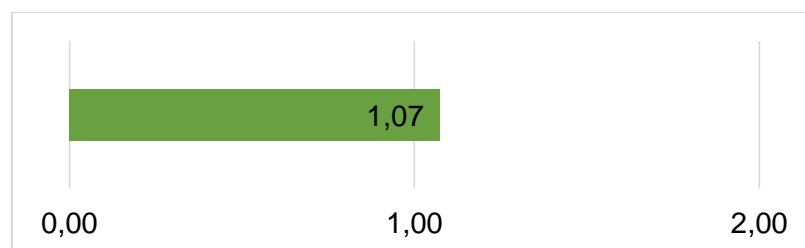
En cuanto al gerenciamiento del impacto en el medio Ambiente y el ciclo de vida de producto y servicio el sector obtuvo un puntaje de 1,70 lo que manejan de forma

adecuada el modelo de RSE y lo implementan para alcanzar sus objetivos, ya que el sector cumple con las obligaciones legales, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales que son generados por sus productos y procesos, realizando regularmente actividades de monitoreo y control, además realizan con sus proveedores estudios de impacto ambiental con el fin de mejorar sus procesos en la gestión ambiental.

Mientras que en la Sustentabilidad de la Economía Forestal presenta un 1,00, lo que significa que el sector realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial, esto es debido a que el sector reconoce la importancia de verificación del origen de la cadena productiva de producción, sin embargo, no cuentan con una política interna o un programa específico para la verificación del mismo.

En tanto a la Minimización de Entradas y Salidas de Material, el sector ha obtenido una puntuación de 1,70 lo que implica que manejan de forma adecuada el modelo de RSE y lo implementan para alcanzar sus objetivos, esto se da ya que el sector invierte en la reducción y reutilización de recursos mediante la creación de programas y procesos para realizar un monitoreo, auditar periódicamente los aspectos ambientales relacionados con el consumo de los recursos naturales así como a la producción de sus residuos y desechos.

GRÁFICO 10 Proveedores

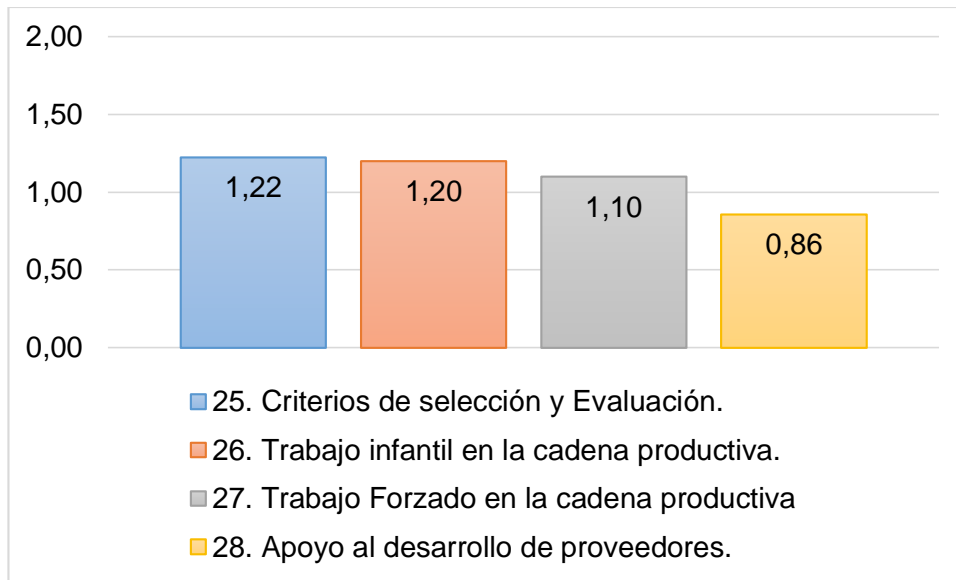


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El sector analizado con respecto al eje de Proveedores obtuvo un puntaje de 1,07, donde se puede determinar que se realizan ciertas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

GRÁFICO 11 Tabulación por indicador del eje Proveedores



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

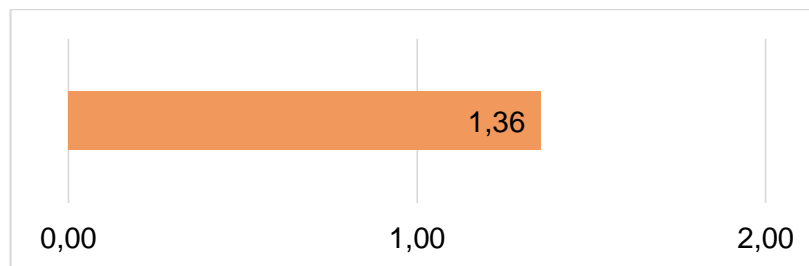
Con respecto a los Criterios de Selección y Evaluación, las instituciones antes de realizar contratos realizan un análisis de los proveedores para conocer las características de los productos o servicios que se van a negociar para determinar el origen de los mismos y que cumplan con las características deseadas; pero no se analiza las prácticas de RSE que lleven a cabo los proveedores; es por ello que en el sector se ha obtenido un puntaje de 1,22.

El indicador de Trabajo infantil en la Cadena Productiva obtuvo una puntuación de 1,20 ya que la mayoría de las empresas realizan inspecciones y verifican la no existencia de infantes como parte de la mano de obra de los proveedores.

El Trabajo Forzado en la Cadena Productiva esta puntuado con un valor de 1,10, las empresas antes de realizar negociación con sus proveedores verifican que estas no tengan problemas con instituciones gubernamentales, pero la puntuación no es mayor debido a que no realizan evaluaciones periódicas ni comprueban que no exista trabajo forzado dentro de los organismos con los cuales se pretende realizar la contratación.

Por su parte el Apoyo al desarrollo de los Proveedores obtuvo una puntuación menor, es decir de 0,88 debido a que en el sector, las empresas tienen buena relación con sus proveedores pero esta se enfoca únicamente a lo laboral y no se preocupan por el crecimiento del proveedor o tratan de involucrarlos en proyectos sociales.

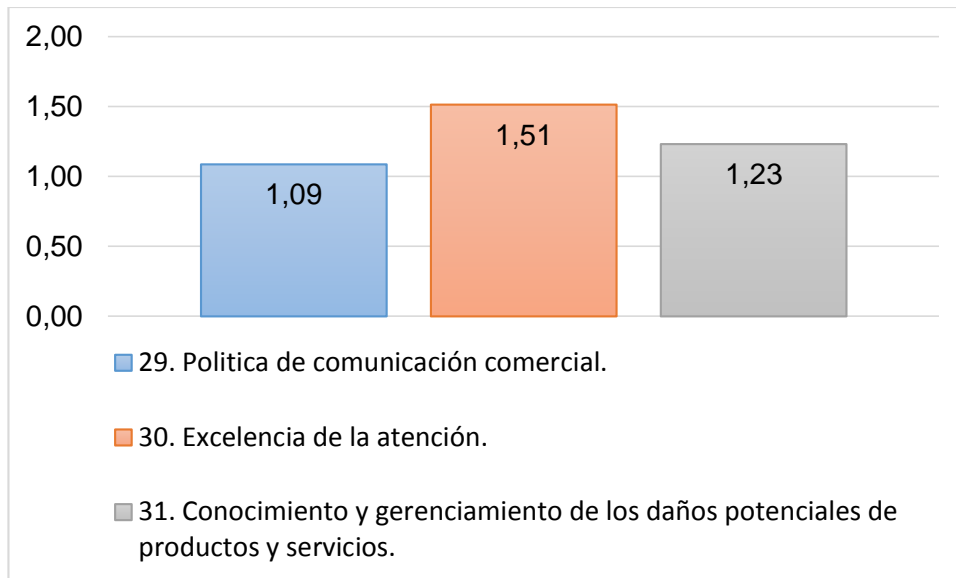
GRÁFICO 12 *Consumidores y Clientes*



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En el eje de Consumidores y Clientes el sector presenta 1,36, lo que significa que el sector tiene buenos conocimientos con respecto a RSE, y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable, ya que tienen una buena comunicación comercial creando una imagen de credibilidad y confianza entre sus consumidores y clientes.

GRÁFICO 13 Tabulación por indicador del eje Consumidores y Clientes

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

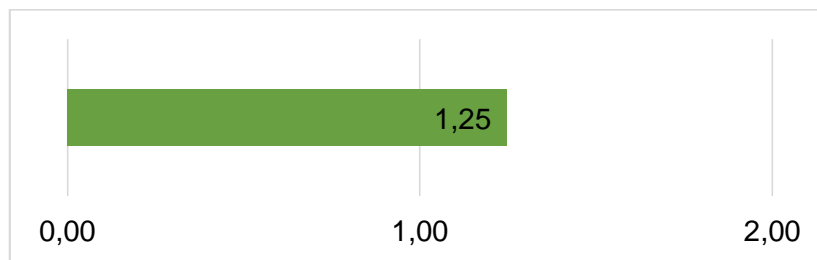
El gráfico expresa el comportamiento del sector en cada uno de los indicadores que forman parte del eje de Consumidores y Clientes.

El indicador de La política de Comunicación Comercial ha obtenido una puntuación de 1,09, lo que significa que el sector realiza ciertas acciones de RSE, esto se debe a que cuentan con políticas de comunicación alineadas con sus valores y principios, ya sea esta de forma interna o externa posibilitando la creación de valores positivos en la sociedad que ayuden a contribuir al desarrollo sostenible.

En referencia a Excelencia de la Atención se tiene un 1,51, lo que representa que el sector tiene buenos conocimientos con respecto a RSE, y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable ya que cuentan con un fácil acceso del cliente-consumidor al servicio de su interés resolviendo rápidamente las demandas e inquietudes sobre los procedimientos adoptados, además poseen programas que involucran la búsqueda del origen de los problemas y en base a esta información generan un proceso de control para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.

En el Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios el sector presenta un 1,23, lo que significa que tiene buenos conocimientos con respecto a RSE, y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable debido a que el sector realiza estudios e investigaciones sobre riesgos y daños para adoptar medidas preventivas o correctivas cuando se presenten, de igual forma provee de información detallada sobre productos y servicios a sus consumidores y clientes.

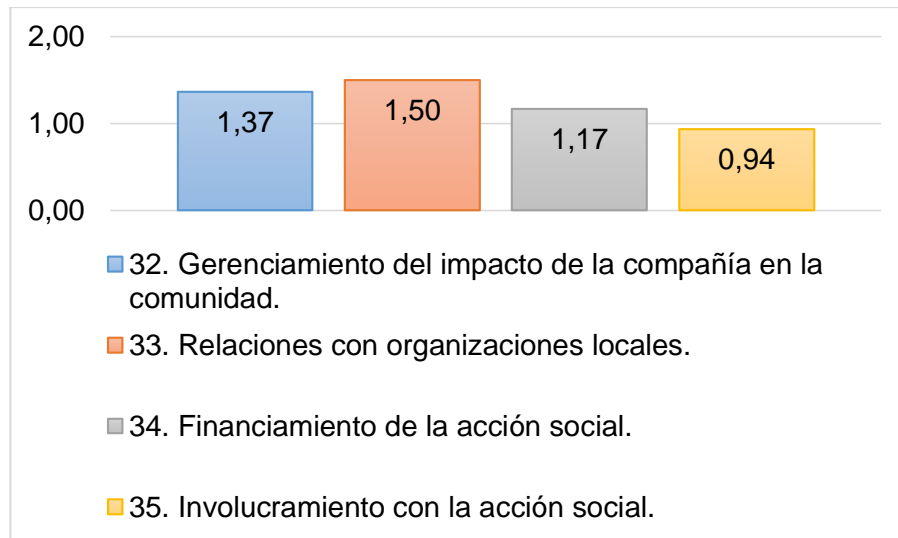
GRÁFICO 14 Comunidad



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Con referencia al eje Comunidad, el sector obtuvo un puntaje de 1,25 llegando a la conclusión de que tienen buenos conocimientos de RSE y la gestión es socialmente responsable.

GRÁFICO 15 Tabulación por indicador del eje Comunidad

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El puntaje del ratio de gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad es de 1,37, mismo que indica que las empresas que pertenecen al sector mantienen un compromiso con la comunidad aledaña a sus instalaciones y la involucra en sus decisiones administrativas contribuyendo al desarrollo de la misma.

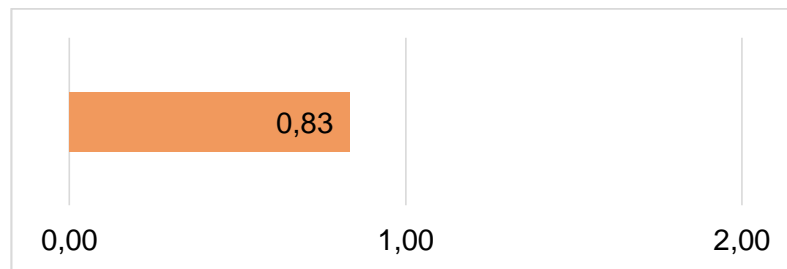
Las relaciones con organizaciones locales con la comunidad son muy buenas ya que se obtuvo una calificación de 1,50, al mantener comunicación con la colectividad se puede conocer las necesidades de la misma para proceder a realizar proyectos en beneficio de las mismas.

En el indicador de financiamiento de la acción social el puntaje es de 1,17 lo que representa que las empresas al momento de realizar su planificación estratégica toman en consideración las acciones que se van a realizar en la comunidad pero no obtienen una calificación alta debido a que no estimulan a sus proveedores a realizar estas prácticas con la sociedad.

El Involucramiento con la acción social por parte de las empresas es bajo con un puntaje de 0,94, lo que representa que no se comunica adecuadamente con todos

los empleados acerca de los proyectos a realizar para motivarlos a participar en los mismos.

GRÁFICO 16 Gobierno y Sociedad

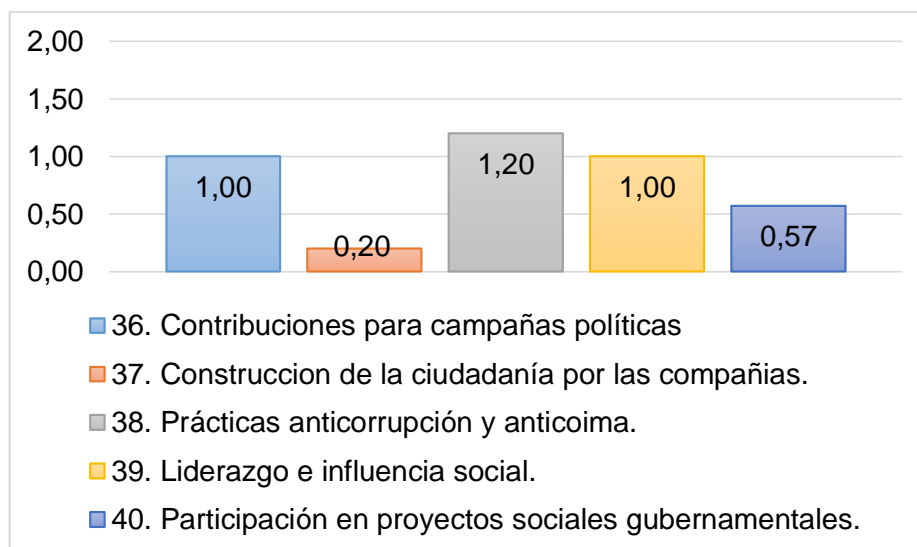


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En cuanto al eje de Gobierno y Sociedad el sector presenta 0,83, lo que significa que el sector no practica Responsabilidad Social Empresarial ya que no se ven involucrados en financiación de partidos políticos y demás actividades relacionadas.

GRÁFICO 17 Tabulación por indicador del eje Gobierno y Sociedad



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez



En el gráfico 15 se aprecia el comportamiento del sector en cada uno de los indicadores que forman parte del eje de Gobierno y sociedad.

En referencia al indicador de contribuciones políticas se tiene una puntuación de 1,00, lo que significa que el sector realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial, ya que cuando realizan el financiamiento a ciertas actividades políticas lo hacen limitando la decisión de miembros de la alta directiva acatando los lineamientos de la legislación.

El indicador de Construcción de la ciudadanía por las compañías alcanzó un valor de 0,20, lo que demuestra que el sector no practica Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo desarrollan programas que están enfocados a la educación de la ciudadanía que abordan temas de derechos y deberes.

En las Prácticas de Anticorrupción y Anticoima el sector presenta un valor de 1,20, lo que significa que tienen buenos conocimientos con respecto a RSE, y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable ya que presentan una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo e indirecto de agentes de poder público, además adoptan un compromiso público para combatir la corrupción y la coima, sin embargo no cuentan con procedimientos formales de control.

En referencia a Liderazgo e Influencia Social se obtuvo una puntuación de 1,00, representa que el sector realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial mediante la participación en delegaciones o grupos de trabajo que están vinculados a la defensa y promoción de los intereses del sector, así como a cuestiones públicas y de carácter socio-ambiental.

En la Participación de Proyectos Socio Gubernamentales se tiene una valoración de 0,57, lo que demuestra que el sector no practica Responsabilidad Social Empresarial, esto se da a que el sector contribuye solo con el pago de los impuestos, sin embargo, ocasionalmente apoya financieramente a programas, proyectos de poder público.



CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA PÚBLICA DE ÁRIDOS Y ASFALTOS DEL AZUAY, ASFALTAR EP., CON RESPECTO A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

3.1. Descripción de la empresa.

En el año 2010, el Consejo Provincial del Azuay resuelve la creación de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP., cuyos miembros de dirección y administración son el Directorio y la Gerencia General. (Consejo Provincial del Azuay, 2010).

En la LOEP, se define como empresas públicas a aquellas “entidades que pertenecen al Estado en términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión”. (Asamblea General, 2011).

La empresa ASFALTAR EP., realiza sus funciones administrativas en los Talleres del Gobierno Provincial, ubicado en la Av. Max Uhle frente a la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur y la planta de producción está localizada en la provincia del Cañar en el sector Rayoloma perteneciente a la parroquia Javier Loyola.

Los productos y servicios ofrecidos por la institución son:

- Venta de Asfalto
- Colocación de Asfalto
- Mantenimiento vial (bacheo asfáltico)
- Construcción vial
- Señalización vertical y horizontal de vías
- Fiscalización con técnicos especializados de trabajos viales, entre otras actividades. (ASFALTAR EP, 2016)



3.1.1. Misión

“Empresa de producción y comercialización de áridos y hormigón asfáltico, con servicios de tendido de mezcla asfáltica y doble tratamiento superficial bituminoso, cumpliendo con los estándares de calidad a precios competitivos dirigidos a empresas públicas y privadas de la región austral; realizando procesos amigables con el medio ambiente, con personal profesional y capacitación permanente”. (ASFALTAR EP, 2016)

3.1.2. Visión

“Empresa que lidera el mejoramiento vial en la región austral de forma sustentable y sostenible prestando servicios de calidad al público en general, impulsando el desarrollo vial de la región, con la renovación de equipos con tecnología de punta para mejorar la producción de materiales y servicios que la empresa ofrece”. (ASFALTAR EP, 2016)

3.1.3. Estructura Organizacional

La empresa pública ASFALTAR EP., se rige bajo una estructura organizacional por procesos, en donde se tiene: (ASFALTAR EP, 2016)

- Procesos Gobernantes
- Procesos de Asesoría y Control
- Procesos de Apoyo
- Procesos Habilitantes
- Procesos Operativos

El Proceso Gobernantes está conformado por: (Consejo Provincial del Azuay, 2010)

- El Directorio, máxima autoridad, está conformado por los siguientes miembros:
 - Presidente (a), quien ocupe este cargo será el Prefecto de la Provincia del Azuay o un delegado que será exclusivamente el Viceprefecto Provincial.
 - Miembros designados por el Prefecto, (2 miembros), los delegados serán miembros del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado)



quienes sean responsables de las áreas de planificación y sectoriales.

- Un delegado de la Cámara de la Construcción de Cuenca.
- Técnico Vial reconocido dentro de la provincia, que será elegido por el Consejo Provincial.
- El Gerente General será designado por el Directorio, mismo que deberá cumplir con un perfil establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas. Para ocupar dicho cargo el aspirante deberá “acreditar un título profesional mínimo de tercer nivel, demostrar conocimiento y experiencia vinculados a la actividad de la empresa y según la normativa propia de cada empresa”. (Asamblea General, 2011).

El Proceso de Asesoría y Control está compuesta por:

- Asesoría Legal
- Contratación Pública

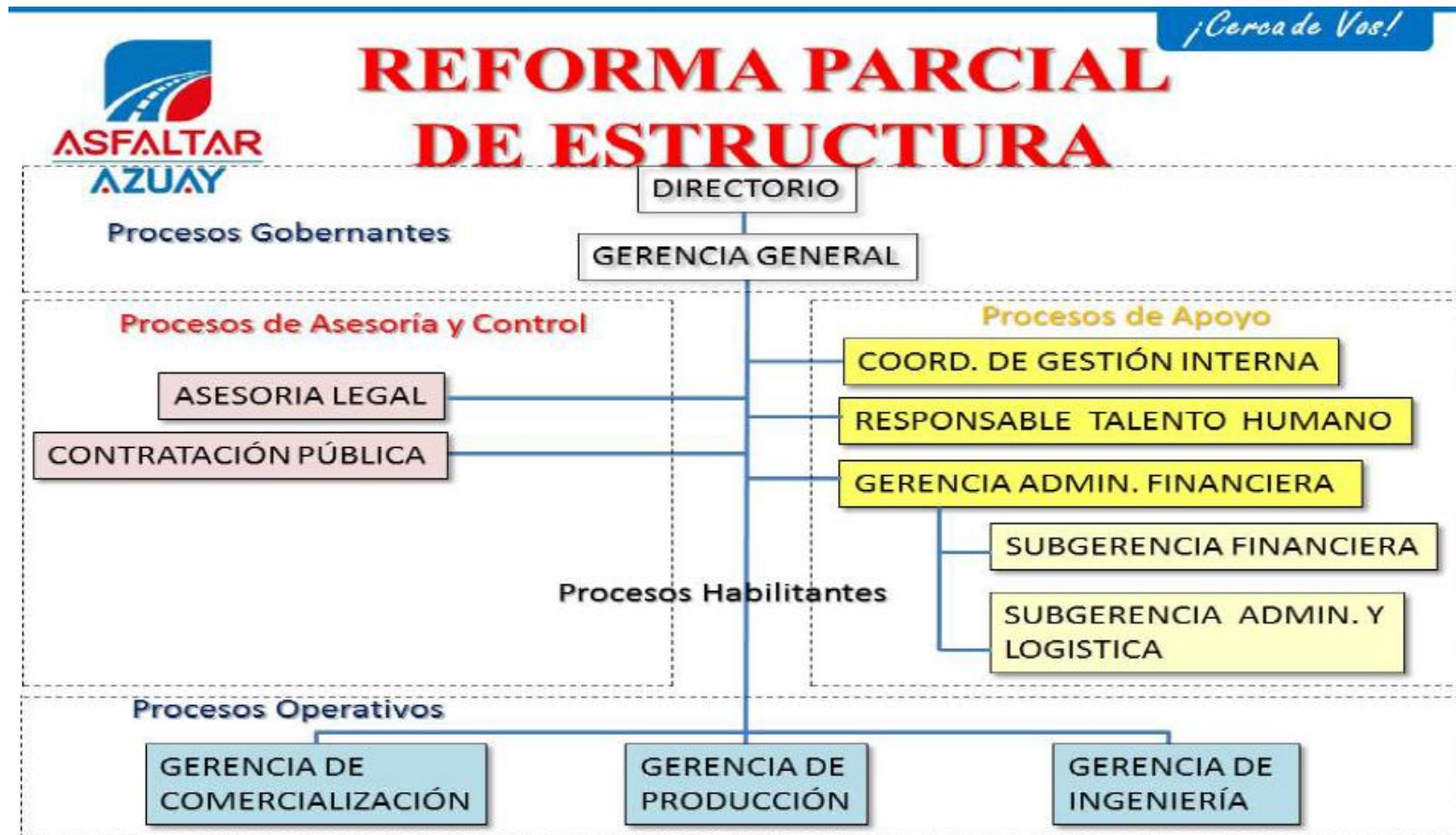
Proceso de apoyo está integrado por:

- Coordinación de Gestión Interna
- Responsable de Talento Humano
- Gerencia Administrativa, que a la vez tiene bajo su dependencia a:
 - Subgerencia Financiera
 - Subgerencia Administrativa de Logística

Los Procesos Operativos está conformado por:

- Gerencia de Comercialización
- Gerencia de Producción
- Gerencia de Ingeniería

GRÁFICO 18 Estructura Organizacional de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay



Fuente: ASFALTAR EP.

3.2 Análisis de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos de la Provincia del Azuay en base a Responsabilidad Social Empresarial en base a los indicadores ETHOS

3.2.1 Metodología

Para realizar el análisis del grado de RSE de ASFALTAR EP., se aplicó la misma encuesta expuesta en el capítulo II para el análisis del sector, que se basa en los indicadores Ethos. Para ello se procedió a realizar la entrevista a distintos departamentos de la empresa para obtener una mejor recopilación de información; la repartición se ejecutó de acuerdo a los ejes que conforman la encuesta, la distribución quedó de la siguiente manera:

Tabla 8 Distribución de encuesta

EJE	DEPARTAMENTO
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	Gerencia General
Público Interno	Talento Humano
Medio Ambiente	Gerencia de Producción
Proveedores	Gerencia de Comercialización
Clientes y Consumidores	Gerencia de Comercialización
Comunidad	Gerencia de Producción
Gobierno y Sociedad	Asesoría Jurídica

Fuente: ASFALTAR EP.

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

3.2.2 Interpretación de resultados

3.2.2.1 Puntuación global de la Empresa ASFALTAR EP.

Tabla 9 Puntuación de los Indicadores Ethos en la empresa ASFALTAR EP.

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
1. Compromisos Éticos	27	20	1,35
2. Cultura Organizativa	1	3	0,33
3. Gobierno Corporativo	12	7	1,71
4. Relaciones con la Competencia	4	3	1,33
5. Diálogo e involucramiento de las Partes Interesadas (Stakeholders)	9	6	1,50
6. Balance Social	32	16	2,00
SUBTOTAL	85	55	1,55
PÚBLICO INTERNO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
7. Relaciones con Sindicatos	8	4	2,00
8. Gestión Participativa	6	3	2,00
9. Compromiso con el Futuro de los Niños	0	1	0,00
10. Compromiso con el Desarrollo Infantil	11	10	1,10
11. Valoración en la Diversidad	6	6	1,00
12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	6	5	1,20
13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	15	15	1,00
14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados	0	0	0,00
15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	0	0	0,00
16. Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones Laborales	10	9	1,11
17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	6	6	1,00
18. Comportamiento en los Despidos	3	3	1,00
19. Preparación para la Jubilación	0	0	0,00



SUBTOTAL	71	62	1,15
MEDIO AMBIENTE			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
20. Compromisos con la mejoría de la calidad ambiental.	4	6	0,67
21. Educación y Conciencia Ambiental	0	3	0,00
22. Gerenciamiento del impacto en el medio ambiente del ciclo de vida de productos y servicios.	2	7	0,29
23. Sustentabilidad de la Economía forestal.	0	3	0,00
24. Minimización de entradas y salidas de materiales.	6	6	1,00
SUBTOTAL	12	25	0,48
PROVEEDORES			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
25. Criterios de selección y Evaluación.	8	9	0,89
26. Trabajo infantil en la cadena productiva.	0	1	0,00
27. Trabajo Forzado en la cadena productiva	0	2	0,00
28. Apoyo al desarrollo de proveedores.	11	7	1,57
SUBTOTAL	19	19	1,00
CONSUMIDORES Y CLIENTES			
DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
29. Política de comunicación comercial.	14	7	2,00
30. Excelencia de la atención.	21	14	1,50
31. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.	4	2	2,00



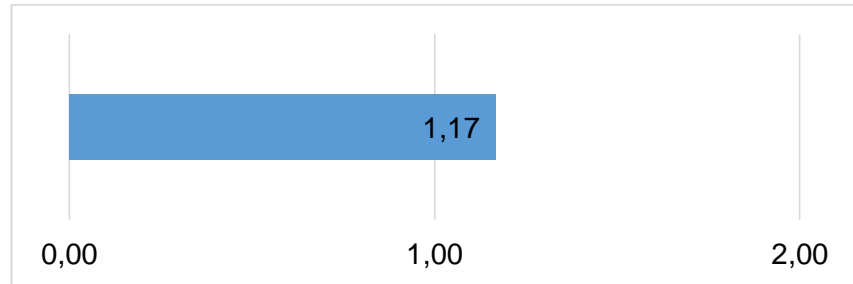
SUBTOTAL	39	23	1,70
COMUNIDAD			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
32. Gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad.	11	9	1,22
33. Relaciones con organizaciones locales.	2	2	1,00
34. Financiamiento de la acción social.	5	6	0,83
35. Involucramiento con la acción social.	4	3	1,33
SUBTOTAL	22	20	1,10
GOBIERNO Y SOCIEDAD.			
TRANSPARENCIA POLITICA			
INDICADORES	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
36. Contribuciones para campañas políticas	2	1	2,00
37. Construcción de la ciudadanía por las compañías.	0	1	0,00
38. Prácticas anticorrupción y anticoima.	0	2	0,00
39. Liderazgo e influencia social.	0	3	0,00
40. Participación en proyectos sociales gubernamentales.	0	3	0,00
SUBTOTAL	2	10	0,20
PUNTAJE TOTAL	250	214	1,17

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

3.2.2.2 Análisis Global

GRÁFICO 19 Puntaje global de ASFALTAR EP.



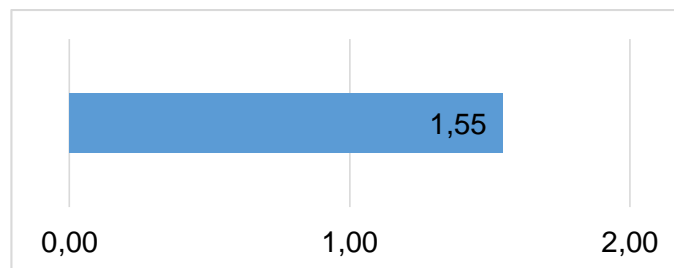
Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El puntaje obtenido en la Aplicación de los Indicadores Ethos aplicada en la empresa Pública de Áridos y Asfalto del Azuay es de 1,17, lo que significa que la empresa realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial; a continuación se procederá a explicar de forma detallada los siete ejes bajo las cuales está formada la encuesta, así como los indicadores que la conforman.

3.2.2.3 Análisis de los ejes de los Indicadores Ethos

GRÁFICO 20 Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo



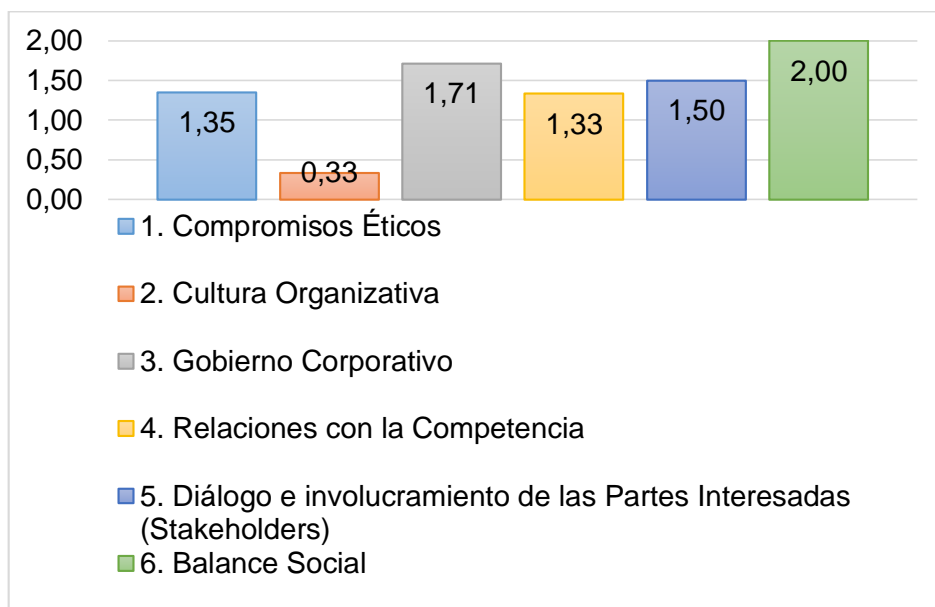
Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En el indicador de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo el resultado es de 1,55, lo que implica que la Empresa ASFALTAR EP., tiene buenos

conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable.

GRÁFICO 21 Tabulación por indicador del eje Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En referencia al indicador de Compromisos Éticos se obtuvo una puntuación de 1,35, que representa que la empresa tiene buenos conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable, esto se debe a que la empresa cumple con las leyes y con el pago de tributos, además que cuentan con reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos, fraude de licitación pública, relaciones con la comunidad, limita las actividades y contribuciones políticas, sin embargo, la empresa no cuenta con un código de conducta y/o declaración de valores para sus empleados de forma escrita donde estén detallados aspectos como prácticas ilegales, sobornos, etc., pero los empleados son informados de forma verbal por parte de los directivos sobre la prohibición de estas actividades. La empresa no cuenta con sistema de donaciones, comité formal interno y externo para temas de



principios éticos, así como un sistema detallado de prevención y tratamientos de fraudes.

Mientras que en el indicador de Cultura Organizativa la Empresa ASFALAR EP., tiene una puntuación de 0,33, lo que indica que no practica Responsabilidad Social Empresarial, ya que no realizan evaluación al desempeño laboral, además no cuentan con código de ética formal dónde estén involucrados los empleados.

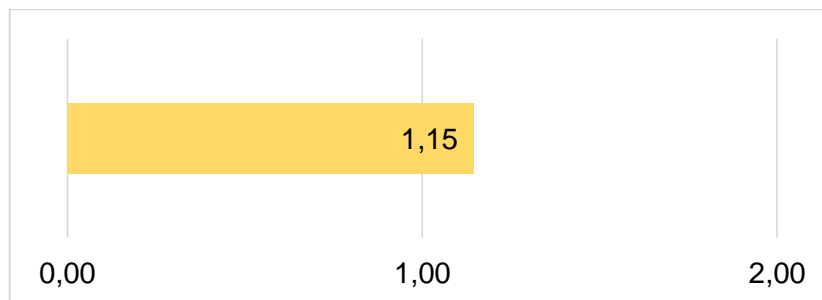
En Gobierno Corporativo alcanzó una valoración de 1,71, lo que representa que ASFALTAR EP., en referencia a este indicador maneja adecuadamente el modelo de Responsabilidad Social Empresarial y lo implementa para alcanzar sus objetivos; ya que la empresa cuenta con un Consejo de Administración, una auditoría externa independiente que les colabora a controlar varios aspectos como: prevenir abusos, evitar fraudes, abusos de poder, etc. Además para nombrar a los miembros toma en cuenta sus conocimientos y habilidades para orientar el direccionamiento estratégico de la organización hacia el desarrollo sostenible. La empresa se basa en estudios investigaciones para solucionar problemas éticos, socio-ambientales, así como orienta sus operaciones en concordancia con la Organización Internacional de Trabajo (OIT).

En tanto que en el indicador de Relaciones con la Competencia la empresa tiene un 1,33 lo que significa que tiene buenos conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable debido a que aunque no tienen una código de conducta por escrito que sea explícito y formal, los miembros de la empresa tiene conocimiento de algunos lineamientos de forma verbal, así mismo adopta una política de no utilización de los defectos de los productos de la competencia para promover sus productos.

En Dialogo e Involucramiento con las partes Interesadas (Stakeholders), ASFALTAR EP., obtuvo un valor de 1,50, lo que indica que tiene buenos conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable, debido a que la empresa se comunica con los grupos interesados permitiendo que emitan comentarios ya sea en favor o en contra con respecto a sus productos, así mismo cuenta con políticas que les permite solucionar de forma inmediata las sugerencias, sin embargo no cuentan con indicadores de desempeño que les permitirá monitorear estas acciones.

Finalmente el indicador de Balance Social tiene una puntuación de 2,00 lo que representa que la empresa ASFALTAR EP., maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos, eso se debe a que la información sobre la situación económica- financiera y la información sobre aspectos sociales y ambientales es auditada por terceros y en el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra a sus stakeholders, así como acepta sugerencias y críticas de las mismas, mientras que en la elaboración del balance social toma en consideración aspectos como: inclusión, relevancia y maternidad, equilibrio, claridad, fiabilidad, y comparabilidad.

GRÁFICO 22 *Público Interno*

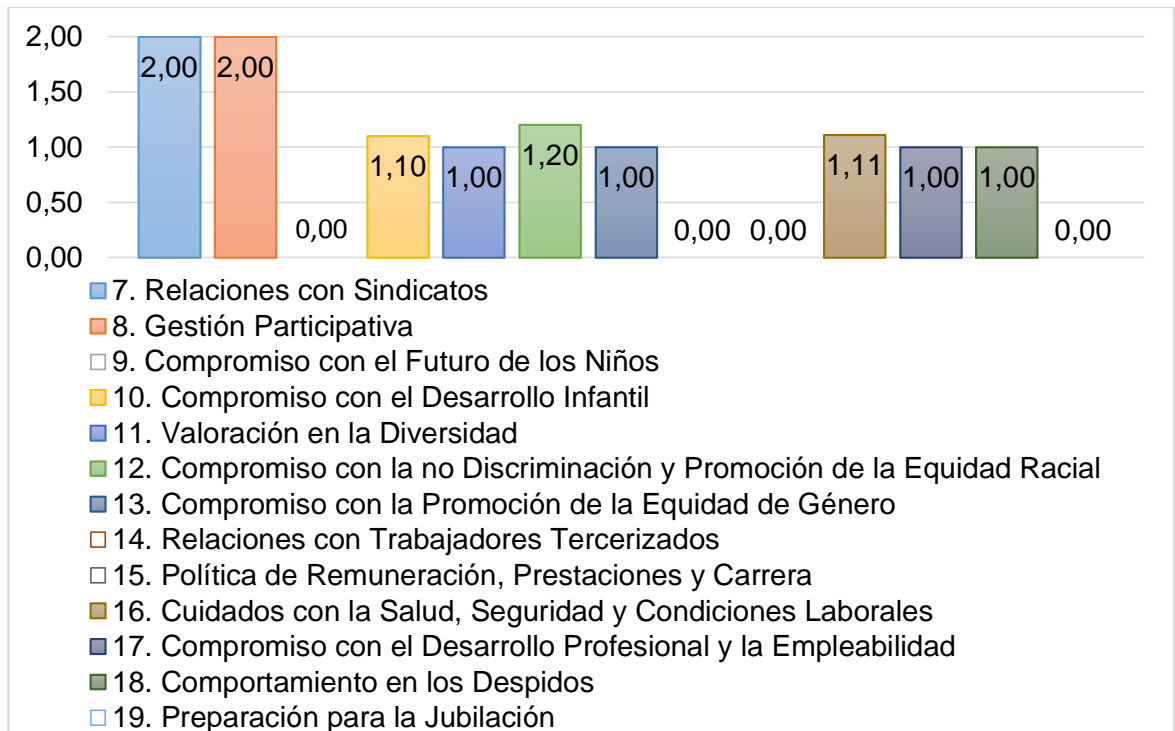


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El puntaje obtenido en el indicador de Público Interno por la empresa ASFALTAR EP., es de 1,15 lo que representa que la empresa realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social; en el gráfico 4 se detalla la puntuación de cada indicador.

GRÁFICO 23 Tabulación por indicador del eje Público Interno



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Con relación al indicador de Relaciones con Sindicatos, la puntuación obtenida es 2,00; por lo tanto la institución maneja apropiadamente el modelo de Responsabilidad Social Empresarial. En la empresa ASFALTAR EP., se permite la participación de los trabajadores en sindicatos y se les proporciona información sobre deberes y derechos, contribuciones sindicales, etc.

En el indicador de Gestión Participativa, el puntaje obtenido es 2,00; es decir se maneja apropiadamente el modelo de RSE dentro de la empresa con respecto al indicador público interno. Esta calificación se debe a que se permite a los trabajadores elegir a sus representantes de las distintas comisiones y se mantiene comunicación constante con los mismos para dar a conocer las condiciones de trabajo, las inquietudes o sugerencias.

En el indicador de Compromiso con el Futuro de los Niños, la empresa obtuvo una calificación de 0,00, lo que significa que en la entidad no se practica RSE con



relación a este criterio; esto se debe a que en ASFALTAR no se cuenta con programas que involucren a otras instituciones para combatir el trabajo infantil, cabe mencionar que la organización cumple apropiadamente con los mandatos legislativos que prohíbe el trabajo de menores de edad.

Con respecto al Compromiso con el Desarrollo Infantil, el puntaje de 1,10 indica que en la empresa se realizan ciertas acciones de RSE, es decir, se promueven campañas de vacunación ofrecidas por instituciones públicas incentivando a la participación de empleados y sus familiares, así también se brinda el apoyo a la mujer embarazada, flexibilidad de horarios para lactancia, mismo que está dentro del código de trabajo. No se cuenta con políticas que apoyen un plan de salud familiar así como un acompañamiento periódico del crecimiento y desarrollo de los hijos de los trabajadores, de igual forma no se dispone de un servicio de guardería que en el código laboral estipula que las empresas con más de 50 trabajadores deben brindar este servicio.

El puntaje de la Valoración de la Diversidad es de 1,00; por lo tanto se concluye que la empresa realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial. La institución no cuenta con políticas internas sobre la valoración de la diversidad y no discriminación a personas discapacitadas, jóvenes o mujeres; pero maneja sus procesos en base a la legislación.

El indicador de Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial obtuvo una puntuación de 1,20, lo que representa que en ASFALTAR EP., se tiene conocimientos con respecto a RSE y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable. En la empresa no se cuenta con políticas explícitas sobre la equidad entre los trabajadores y la no discriminación racial pero se tiene como práctica la igualdad entre sus trabajadores sin importar su etnia.

En la empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, el puntaje obtenido en el indicador de Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género es de 1,00; es decir se realizan ciertas acciones de RSE, debido a que no se disponen de políticas explícitas donde consten la igualdad de género, pero se valoriza el trabajo del hombre como de la mujer en igual condición basándose en las capacidades de los mismos; no se hace distinción al momento de realizar contratos, despidos o pago de salarios y prestaciones. Es decir, se practica la equidad de género a pesar de no estar reglamentada en el código interno.



Con respecto a las Relaciones con Trabajadores Tercerizados no se tomó en cuenta ya que en Ecuador se prohíbe la tercerización.

Mientras tanto en relación al indicador de Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera, el puntaje obtenido es 0,00; llegando a la conclusión de que no se practica RSE, ya que en la empresa no se pueden realizar incrementos de salarios o bonificaciones debido a su condición de empresa pública, pues se debe acatar sus actividades a lo dictaminado por el Ministerio de Trabajo en referencia a los techos salariales para cada puesto de trabajo.

El indicador de Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo obtuvo un valor de 1,11; lo que significa que se realizan ciertas acciones de RSE, en la institución se cuenta con políticas expresas que prohíben la divulgación de información privada de los trabajadores, se brinda el apoyo necesario a empleados que requieran tratamiento por drogadicción o alcoholismo pero no se cuenta con programas para la prevención de estas adicciones. No se cuenta con programas o prácticas para disminuir el estrés especialmente para empleados de oficina, tampoco se promueve el ejercicio físico en horario de trabajo.

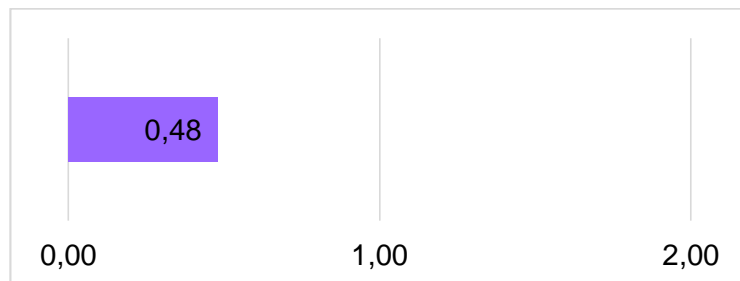
El Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad obtuvo un puntaje de 1,00; es decir en ASFALTAR se realizan ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial ya que apoya al desarrollo de los trabajadores para que realicen capacitaciones necesarias para desempeñar sus labores, pero no se evalúa el desempeño de los mismos para identificar las capacidades y competencias de los empleados. En la institución se permite realizar prácticas pre-profesionales a estudiantes para que puedan desarrollarse profesionalmente en sus áreas de estudio.

El puntaje obtenido en el indicador de Conducta Frente a Despidos es de 1,00; con este valor se puede determinar que en la entidad se realizan ciertas acciones de RSE; es decir, se notifica a los empleados sobre las razones de su despido y se acata la legislación para llevar a cabo este proceso pero no se tienen políticas para disminuir la rotación de empleados dentro de la institución.

En la Preparación para la Jubilación se obtuvo un puntaje de 0,00; en virtud de ello se identifica que ASFALTAR no practica Responsabilidad Social Empresarial ya que no se prepara a sus empleados para cuando termine sus prestaciones por

jubilación. Es importante mencionar que este indicador no fue contestado por parte de la persona encargada argumentando que no aplica para la empresa.

GRÁFICO 24 Medio Ambiente

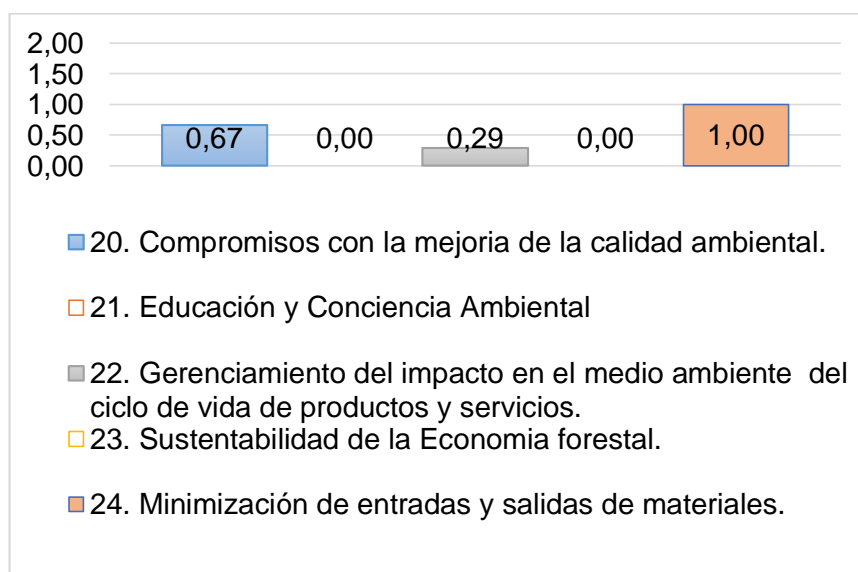


Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

La empresa obtuvo una puntuación de 0,48 en el eje de Medio Ambiente, es decir, ASFALTAR EP., no es Socialmente Responsable.

GRÁFICO 25 Tabulación por indicador del eje Medio Ambiente



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez



En referencia a Compromisos con la mejoría de la calidad ambiental se obtuvo el 0,67, lo que indica que ASFALTAR EP., no practica Responsabilidad Social Empresarial, debido a que como se había mencionado anteriormente no dispone de un código de conducta formal en la que incluya la política ambiental. Además no cuentan con un responsable de Medio Ambiente que apoye en las decisiones estratégicas. Sin embargo la empresa participa en comités locales o regionales para tratar temas ambientales, así como también no utilizan materiales que sean provenientes de los recursos naturales de forma ilegal.

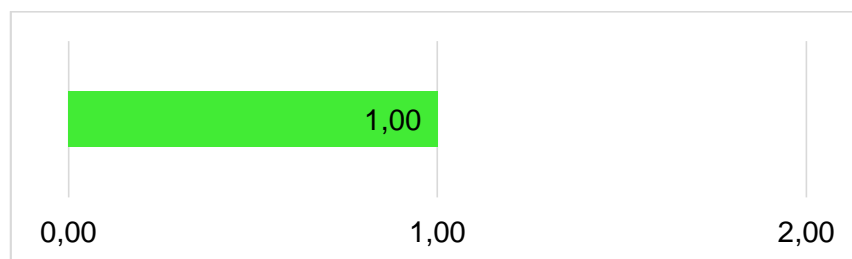
Mientras que en Educación y Conciencia Ambiental la empresa ASFALTAR EP., tiene una valoración de 00,00 lo que significa que no practica Responsabilidad Social Empresarial, dado que no desarrolla capacitaciones periódicas de forma interna y externa referente educación y concienciación ambiental sobre la utilización adecuada de los servicios básicos (agua, energía), así como no se realiza capacitaciones a los empleados referentes a las 3RS (reducir, reciclar, reutilizar).

En el indicador de Gerenciamiento del impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de vida de producto y servicio, la empresa obtuvo una puntuación de 0,29, lo que indica que no practica Responsabilidad Social Empresarial en virtud de que ASFALTAR EP., no cuenta con un plan de emergencia ambiental que involucre procesos, productos y situaciones de riesgo, así mismo no tiene políticas ni un sistema de monitoreo para mejorar la política ambiental, no ha realizado conversatorios con los stakeholders sobre los impactos ambientales que causan los productos, en tanto que la empresa prioriza la contratación de proveedores que tengan una buena conducta ambiental, esta debe ser comprobada con anterioridad.

En el indicador de Sustentabilidad de la Economía Forestal presenta una puntuación de 00,00 es decir, la empresa ASFALTAR EP., no realiza prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en este indicador, ya que no realiza visitas programadas o eventuales para realizar un seguimiento de la cadena productiva de los insumos que utiliza, así como no incentiva a los proveedores a buscar una certificación forestal, cabe destacar que la empresa para producción no utiliza recursos forestales, sin embargo es parte de la RSE velar por el cuidado y protección de los recursos forestales.

En tanto que en el indicador de Minimización de Entradas y Salidas de materiales se presenta una puntuación de 1,00, lo que implica que ASFALTAR EP., realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial, debido a que mantiene control sobre la contaminación emanada por sus vehículos, reducen la generación de residuos sólidos; es decir, reduce la emisión de CO₂, sin embargo no tiene planes para utilizar fuentes de energía renovable, así como para optimizar procesos y reducir daños ambientales.

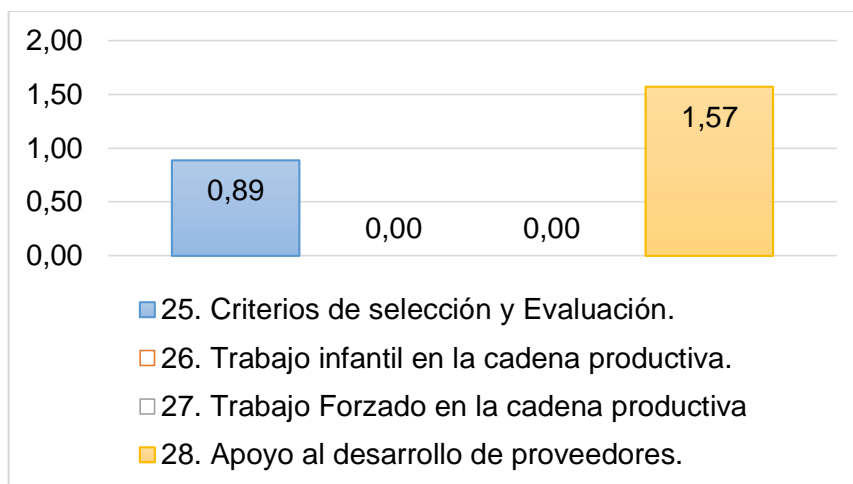
GRÁFICO 26 Proveedores



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En referencia a la Selección y Asociación con los Proveedores la empresa ASFALTAR, ha obtenido una puntuación de 1,00, lo que representa que la institución realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

GRÁFICO 27 Tabulación por indicador del eje Proveedores

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

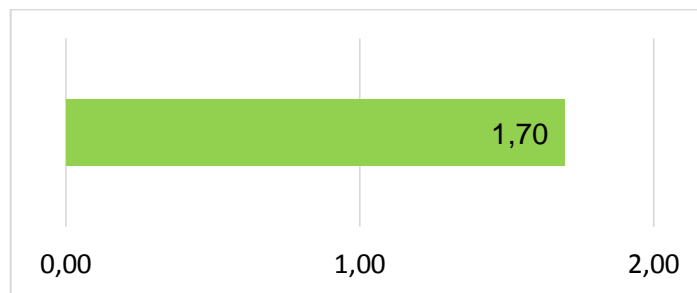
En referencia a Criterios de Selección y Evaluación se obtuvo un valor de 0,89; es decir en la empresa se realizan ciertas acciones de RSE. En ASFALTAR se cuenta con políticas y criterios específicos para establecer relaciones con proveedores manteniendo información de carácter privado con los mismos. Al iniciar contratos se evalúa el origen de las materias primas, insumos, etc., con respecto a cuidados del medio ambiente y evitar que estos sean productos piratas o provenientes de actos ilícitos como robo. Pero no se cuenta con programas de RSE para sus proveedores.

Mientras que en el indicador de Trabajo Infantil en la Cadena Productiva se obtuvo una calificación de 0,00; por ende no se tiene prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ya que no se habitúa la verificación o se solicitan informes de proveedores de la no existencia de menores de edad en sus procesos productivos.

Con respecto a Trabajo Forzado en la Cadena Productiva el puntaje es de 0,00 ya que no se practica RSE; en la empresa no se evalúa o verifica exigiendo documentación que respalde que no exista mano de obra forzada, de igual forma no se indaga que los proveedores no tenga inconvenientes con el Ministerio de Relaciones Laborales.

Por último el indicador de Apoyo al Desarrollo de Proveedores se puntúa con un valor de 1,57; es decir la empresa tiene buenos conocimientos de RSE y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable con respecto a este indicador. En ASFALTAR EP., se incluye entre sus proveedores a individuos o grupos pequeños, se respalda el comercio justo, se promueve el trato adecuado al pequeño proveedor con el pago adecuado y al día.

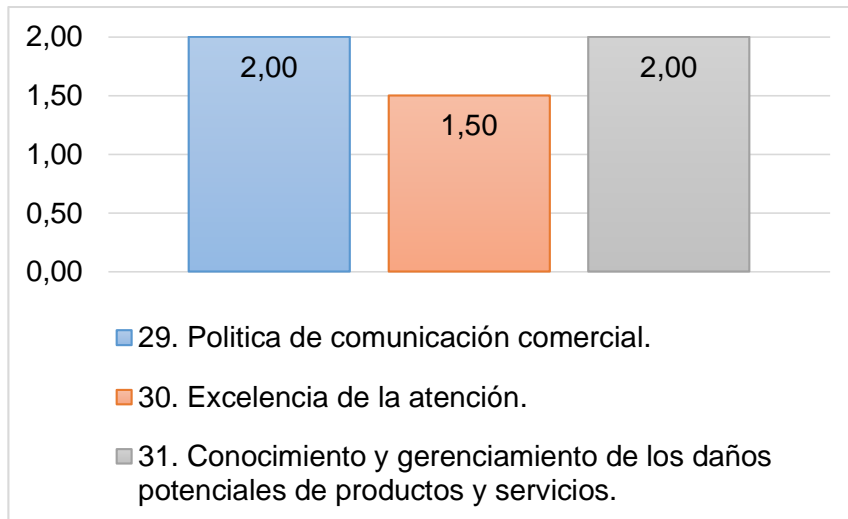
GRÁFICO 28 Clientes y Consumidores



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

La puntuación obtenida con respecto a la Consumidores y Clientes es de 1,70, lo que significa que la empresa maneja de forma adecuada el modelo de RSE y lo implementa para cumplir con sus objetivos.

GRÁFICO 29 Tabulación por indicador del eje Consumidores y Clientes

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

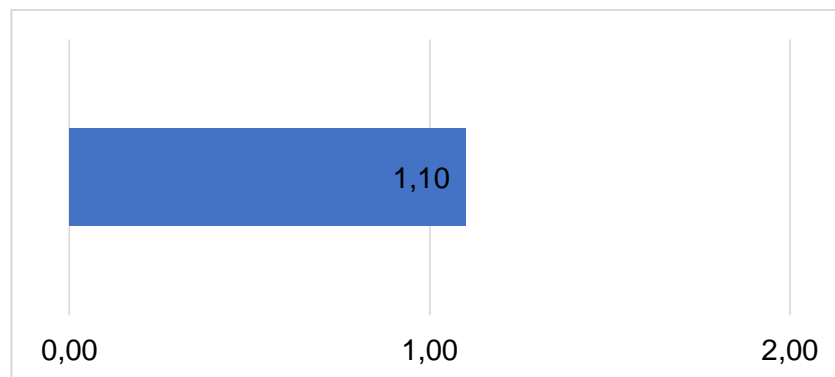
En el indicador de Política de Comunicación Comercial la empresa ha obtenido una valoración de 2,00, lo que representa que la empresa ASFALTAR EP., maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos mediante la actualización del material de comunicación destinado a sus consumidores y clientes, así como informa a los mismos cuando existe alguna alteración o modificación en las características del producto, además la empresa tiene políticas explícitas que protegen a los niños, adolescentes, o cualquier individuo en situación de riesgo referente a temas de comunicación y en especial a la publicidad evitando cualquier forma de transgredir la integridad de las personas así como atacar los valores y principios de los involucrados en estas actividades.

Mientras que en el indicador de Excelencia de la Atención la empresa alcanzó una valoración de 1,50, que representa que tiene buenos conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable, ya que promueve un entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público, así como, para atender de forma inmediata la resolución de problemas, además ,cuenta con una política explícita de protección de la privacidad de la información de los clientes y les informa a sus

clientes el propósito de la recolección de la información antes de hacerlas, sin embargo se debe mencionar que la empresa no cuenta con indicadores que les permita realizar un seguimiento sobre la atención al cliente.

En el indicador de Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios, la organización alcanzó una puntuación de 2,00, lo que representa que maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos, esto lo ha logrado mediante la conformación de un programa enfocado en la seguridad y salud de los consumidores/clientes de los productos y servicios , además que cuenta con sistemas internos ágiles de comunicación para responder con rapidez a las situaciones de crisis.

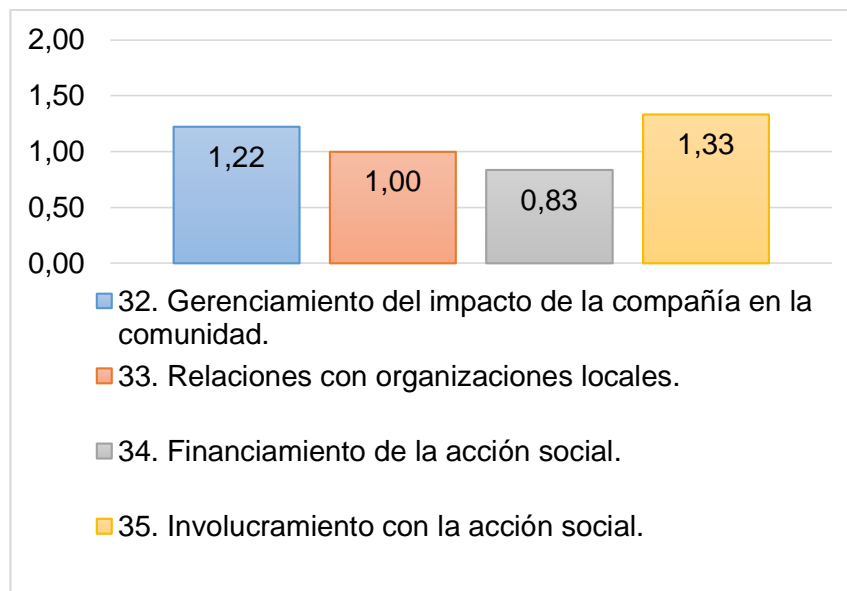
GRÁFICO 30 Comunidad



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El puntaje de 1,10 alcanzado por ASFALTAR, significa que la institución realiza ciertas acciones de RSE con respecto a la Comunidad, la empresa lleva a cabo las siguientes actividades en relación a este eje:

GRÁFICO 31 Tabulación por indicador del eje Comunidad

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Con respecto al indicador de Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad el puntaje obtenido fue de 1,22; lo que representa que en la empresa se tienen conocimientos de RSE y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable; es decir, en ASFALTAR se cuenta con políticas que contemplan las relaciones con su entorno, se contribuye en mejorías para la comunidad ya sea en infraestructura o medio ambiente; se promueve a los empleados a respetar las tradiciones, valores, etc., de la sociedad así como se controlan los impactos generados por las actividades empresariales en el entorno; la participación en la discusión de problemas comunitarios es limitada.

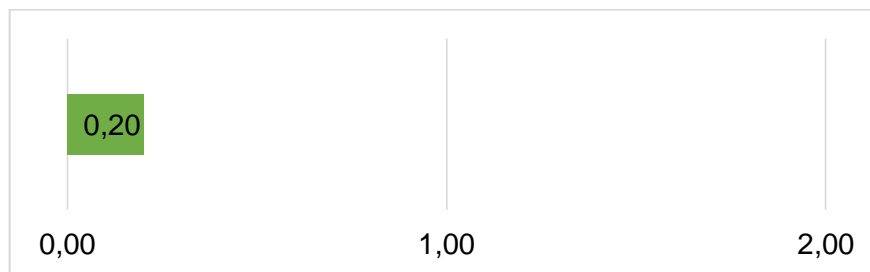
Las Relaciones con las Organizaciones Locales presenta un valor de 1,00; esta calificación significa que se realizan ciertas acciones de RSE. ASFALTAR EP., ejecuta evaluaciones acerca de las necesidades de la comunidad antes de iniciar con los proyectos para la misma.

En relación al Financiamiento de la Acción Social se obtuvo un puntaje de 0,83; es decir, la empresa realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social ya que cuenta con especialistas que evalúan el impacto de su acción social pero no está

incluida en la planificación estratégica, tampoco estimula a los proveedores y otras partes interesadas a realizar donaciones para llevar a cabo sus proyectos.

Finalmente el indicador de Involucramiento con la Acción Social en virtud de la encuesta aplicada se determinó que la empresa tiene conocimientos de RSE y está comprometida a ejercer una gestión socialmente responsable, debido a que el puntaje obtenido es 1,33. En virtud de ello se puede identificar que en ASFALTAR se promueve la participación de los empleados en proyectos en beneficio a la comunidad siendo compensados con el pago de las horas correspondientes al trabajo voluntario, cabe mencionar que en la institución no se cuenta con comités o consejos que traten temas exclusivos con respecto a acción social.

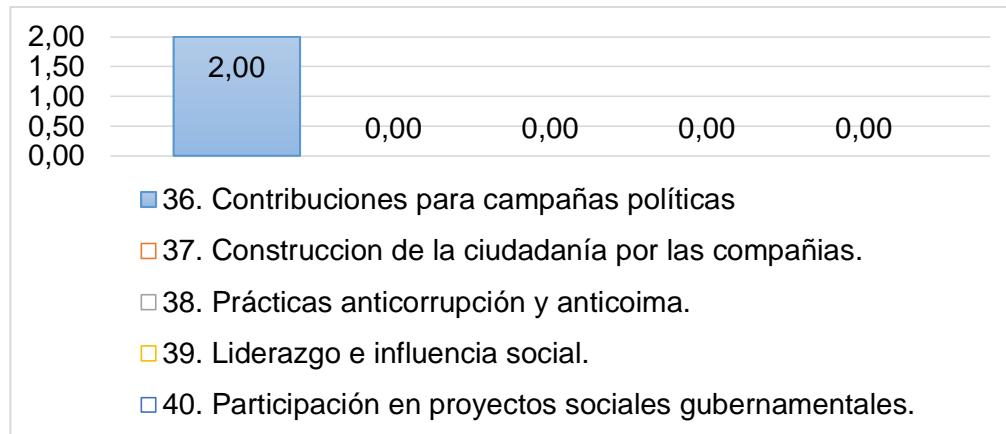
GRÁFICO 32 Gobierno y Sociedad



Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En referencia a Gobierno y Sociedad la empresa ASFALTAR EP., ha obtenido una puntuación de 0,20; lo que representa que la empresa no practica Responsabilidad Social Empresarial.

GRÁFICO 33 Tabulación por indicador del eje Gobierno y Sociedad

Fuente: Encuesta Indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En el indicador de Contribuciones para Campañas políticas la empresa ha obtenido una valoración de 2,00, lo que significa que maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos ya que la empresa ASFALTAR EP., tiene una norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones a otras empresas y a proveedores.

Mientras que en los indicadores de Construcción de la Ciudadanía por las Compañías, Prácticas de Anticorrupción y Anticoima, Liderazgo e Influencia Social, Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales; la empresa ha obtenido una puntuación de 0,00 lo que representa que ASFALTAR EP., en estos indicadores no tiene prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, ya que la empresa no patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología interactuando con la comunidad de forma académica y científica, no patrocina campañas de interés público. Sin embargo ASFALTAR EP., tiene una norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras compañías, proveedores, distribuidores.

Cabe mencionar que la puntuación obtenida se debe a que la empresa ASFALTAR EP., es una entidad pública que forma parte de la Prefectura del Azuay, aunque cuente con autonomía financiera, esta debe acatar las disposiciones de la Prefectura.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP.

En virtud del análisis realizado en la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, se ha determinado que se debe tomar acciones correctivas que permitan mejorar los niveles de RSE, tomando en cuenta los 7 ejes de evaluación de los Indicadores Ethos, para esto se plantea las siguientes estrategias que se presentan a continuación.

Cada estrategia está conformada con:

- Un objetivo y una propuesta la cual se pretende alcanzar con la realización de dicha actividad;
- Adicionalmente cuenta con una estructura, es decir contiene algunas directrices en la que se debe realizar esta estrategia;
- Cuenta con los responsables de la coordinación y control.
- Se presenta un presupuesto anual en cada una de las actividades de manera que la empresa tenga la apreciación del costo de realizar cada una, se debe mencionar que estas cotizaciones se obtuvieron mediante la investigación a diferentes locales comerciales que son respaldados mediante una proforma.
- Finalmente, en cada estrategia se presentan los beneficios de la implementación de esta actividad teniendo en cuenta que cada una de estas incrementará los niveles de RSE en la empresa.

Se presenta dos presupuestos anuales, el primero incluye los costos horas hombre requeridos para las distintas estrategias, mientras que el segundo contiene el costo real; es decir sin incluir el costo hora hombre.

4.1 Plan de Responsabilidad Social empresarial



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP																									
Declaración de la Visión y Misión																									
Actividad	Reformular la visión, misión de la empresa que permita tener un mayor alcance dentro de la organización referente a Responsabilidad Social; así como el planteamiento de los objetivos empresariales.																								
Objetivo	Contar con un punto focal para identificar el direccionamiento de la empresa, así como su propósito organizacional que permita colaborar en el planteamiento de objetivos, así como planificación estratégica.																								
Propuesta	Mediante la reformulación de la misión y visión que abarca los nueve componentes propuestos por Fred R. David como: clientes, productos y servicios, mercados, tecnología, preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad, filosofía, concepto que tiene la empresa de sí misma, preocupación por la imagen pública y preocupación por los empleados; permite a la empresa poseer una ventaja competitiva en el sector acreditándole una imagen corporativa adecuada al incluir a los stakeholders en la planificación estratégica.																								
Estructura	<p>Para el planteamiento de la misión y visión serán necesarias dos sesiones de 2 horas; la reunión se llevará a cabo en el salón de juntas de la empresa.</p> <p>En la elaboración se debe tener presente que;</p> <table border="1"> <tr> <td>Misión</td> <td>¿Cuál es el negocio?</td> </tr> <tr> <td>Visión</td> <td>¿Qué desean llegar a ser?</td> </tr> </table> <p>Para la declaración de la misión y visión se debe considerar los aspectos que plantea Fred R. David en su libro "Conceptos de Administración Estratégica"</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">MISIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cientes</td> <td>¿Quiénes son los clientes de la empres?</td> </tr> <tr> <td>Productos y servicios</td> <td>¿Cuáles son los productos y servicios mas importantes de la empresa?</td> </tr> <tr> <td>Mercados</td> <td>¿En donde compite la empresa geográficamente?</td> </tr> <tr> <td>Tecnología</td> <td>¿La empresa esta actualizada tecnológicamente?</td> </tr> <tr> <td>Preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad</td> <td>¿La empresa esta comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?</td> </tr> <tr> <td>Filosofía</td> <td>¿Cuáles son las creencias básicas, los valores, las aspiraciones, y las prioridades éticas de la empresa?</td> </tr> <tr> <td>Concepto que tiene la empresa de si misma</td> <td>¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva?</td> </tr> <tr> <td>Preocupación por la imagen pública</td> <td>¿La empresa sabe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?</td> </tr> <tr> <td>Preocupación por los empleados</td> <td>¿Los empleados con valiosos para la empresa?</td> </tr> </tbody> </table>	Misión	¿Cuál es el negocio?	Visión	¿Qué desean llegar a ser?	MISIÓN		Cientes	¿Quiénes son los clientes de la empres?	Productos y servicios	¿Cuáles son los productos y servicios mas importantes de la empresa?	Mercados	¿En donde compite la empresa geográficamente?	Tecnología	¿La empresa esta actualizada tecnológicamente?	Preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad	¿La empresa esta comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?	Filosofía	¿Cuáles son las creencias básicas, los valores, las aspiraciones, y las prioridades éticas de la empresa?	Concepto que tiene la empresa de si misma	¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva?	Preocupación por la imagen pública	¿La empresa sabe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?	Preocupación por los empleados	¿Los empleados con valiosos para la empresa?
Misión	¿Cuál es el negocio?																								
Visión	¿Qué desean llegar a ser?																								
MISIÓN																									
Cientes	¿Quiénes son los clientes de la empres?																								
Productos y servicios	¿Cuáles son los productos y servicios mas importantes de la empresa?																								
Mercados	¿En donde compite la empresa geográficamente?																								
Tecnología	¿La empresa esta actualizada tecnológicamente?																								
Preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad	¿La empresa esta comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?																								
Filosofía	¿Cuáles son las creencias básicas, los valores, las aspiraciones, y las prioridades éticas de la empresa?																								
Concepto que tiene la empresa de si misma	¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva?																								
Preocupación por la imagen pública	¿La empresa sabe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?																								
Preocupación por los empleados	¿Los empleados con valiosos para la empresa?																								



Estructura	VISIÓN																																							
	¿Qué desea ser en el futuro?																																							
	¿Para qué lo hará?																																							
	¿A quién se desea servir?																																							
	¿En qué tiempo se logrará la visión?																																							
¿Qué recursos se utilizarán?																																								
Los medios de difusión de la misión, visión y objetivos empresariales sea de manera virtual y física; es decir se actualizará la página web de Asfaltar y se publicará en las redes sociales (Facebook y Twitter) y se colocará en la cartelera informativa localizada en la sala de espera de la empresa; de esta forma se comunicará a los stakeholders de los cambios institucionales.																																								
Responsables	Los encargados de la elaboración de la visión, misión y valores corporativos serán los gerentes de las distintas dependencias; es decir:																																							
	Gerencia General		Responsable de Talento Humano	Gerencia de Comercialización																																				
	Asesoría Legal	Gerencia de Administración	Gerencia de Ingeniería	Gerencia de Producción																																				
El responsable de Comunicación estará a cargo de la difusión.																																								
Presupuesto	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 45%;">ÁREA</th> <th style="width: 15%;">HORA-HOMBRE</th> <th style="width: 15%;">NÚMERO DE HORAS</th> <th style="width: 25%;">TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gerencia General</td> <td style="text-align: right;">\$ 28,18</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 112,72</td> </tr> <tr> <td>Asesoría Legal</td> <td style="text-align: right;">\$ 15,63</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 62,52</td> </tr> <tr> <td>Responsable de Talento Humano</td> <td style="text-align: right;">\$ 8,83</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 35,32</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Administración Financiera</td> <td style="text-align: right;">\$ 23,74</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 94,96</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Comercialización</td> <td style="text-align: right;">\$ 13,13</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 52,52</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Producción</td> <td style="text-align: right;">\$ 23,74</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 94,96</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Ingeniería</td> <td style="text-align: right;">\$ 23,74</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">\$ 94,96</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">\$ 547,96</td> </tr> </tbody> </table>				ÁREA	HORA-HOMBRE	NÚMERO DE HORAS	TOTAL	Gerencia General	\$ 28,18	4	\$ 112,72	Asesoría Legal	\$ 15,63	4	\$ 62,52	Responsable de Talento Humano	\$ 8,83	4	\$ 35,32	Gerencia de Administración Financiera	\$ 23,74	4	\$ 94,96	Gerencia de Comercialización	\$ 13,13	4	\$ 52,52	Gerencia de Producción	\$ 23,74	4	\$ 94,96	Gerencia de Ingeniería	\$ 23,74	4	\$ 94,96	TOTAL			\$ 547,96
	ÁREA	HORA-HOMBRE	NÚMERO DE HORAS	TOTAL																																				
	Gerencia General	\$ 28,18	4	\$ 112,72																																				
	Asesoría Legal	\$ 15,63	4	\$ 62,52																																				
	Responsable de Talento Humano	\$ 8,83	4	\$ 35,32																																				
	Gerencia de Administración Financiera	\$ 23,74	4	\$ 94,96																																				
	Gerencia de Comercialización	\$ 13,13	4	\$ 52,52																																				
	Gerencia de Producción	\$ 23,74	4	\$ 94,96																																				
	Gerencia de Ingeniería	\$ 23,74	4	\$ 94,96																																				
	TOTAL			\$ 547,96																																				
Esta información fue generada en base a SBU. (Salario básico unificado), otorgado por Talento Humano (Anexo 2); y el valor de la cartelera de la proforma de "Juan Marcet". (Anexo 3)																																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 15%;">PRECIO UNITARIO</th> <th style="width: 10%;">CANT.</th> <th style="width: 10%;">IVA</th> <th style="width: 25%;">TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impresiones</td> <td style="text-align: right;">\$ 0,50</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">\$ -</td> <td style="text-align: right;">\$ 2,00</td> </tr> <tr> <td>Cartelera Informativa</td> <td style="text-align: right;">\$ 81,44</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: right;">\$ 11,40</td> <td style="text-align: right;">\$ 92,84</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: right;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">185,68</td> </tr> </tbody> </table>				DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANT.	IVA	TOTAL	Impresiones	\$ 0,50	4	\$ -	\$ 2,00	Cartelera Informativa	\$ 81,44	1	\$ 11,40	\$ 92,84	TOTAL				185,68																	
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANT.	IVA	TOTAL																																				
Impresiones	\$ 0,50	4	\$ -	\$ 2,00																																				
Cartelera Informativa	\$ 81,44	1	\$ 11,40	\$ 92,84																																				
TOTAL				185,68																																				
El valor total que genera la realización de esta actividad es de \$ 733,64																																								



Beneficios	<p>Incrementar el nivel de RSE</p> <p>Contar con herramientas competitivas enfocadas a RSE</p> <p>Generar identidad corporativa</p> <p>Tener conocimiento claro y apropiado por las partes interesadas sobre la empresa y a donde se dirige</p> <p>Direccionar las labores de los trabajadores hacia los mismos objetivos</p>
-------------------	---



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP																	
Código de ética y conducta																	
Actividad	Formulación de un código de ética y conducta para la empresa ASFALTAR EP.																
Objetivo	Disponer de un código de ética y conducta que contemple los principios y valores que se debe practicar dentro de la empresa.																
Propuesta	Elaborar un código de ética y conducta donde consten los principios y valores institucionales y los reglamentos a seguir dentro y fuera de la empresa por parte de los trabajadores. Este documento se lo realizará de manera formal y se comunicará a los responsables de cada área quienes serán los encargados de difundir a sus subordinados.																
Estructura	El código será redactado por distintos funcionarios en aproximadamente 5 sesiones de dos horas cada una, las reuniones se realizará en el salón de juntas de la empresa. Para la elaboración se tomará en cuenta los siguientes aspectos:																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>EJE</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Valores y gobierno corporativo</td> <td>Se vincula temas como compromisos éticos, cultura organizativa, gobierno corporativo (valores y principios), relaciones con la competencia, diálogo e involucramiento con los stakeholders.</td> </tr> <tr> <td>Público Interno</td> <td>Se deberá considerar las relaciones con los sindicatos, involucramiento de los empleados en la gestión empresarial, compromiso con el futuro y desarrollo infantil, valoración de la diversidad, no discriminación y equidad entre los trabajadores, salud, seguridad y condiciones de trabajo, compromiso con el desarrollo profesional y empleabilidad, conducta frente a despidos y preparación para la jubilación.</td> </tr> <tr> <td>Medio ambiente</td> <td>Involucra el compromiso con la calidad, educación y concienciación a los empleados sobre temas ambientales, así como el gerenciamiento del impacto al medio ambiente.</td> </tr> <tr> <td>Proveedores</td> <td>Aborda temas tales como criterios de selección y evaluación de proveedores, trabajo infantil, trabajo forzado y apoyo al desarrollo de proveedores.</td> </tr> <tr> <td>Consumidores y clientes</td> <td>Dentro de éste eje se debe incluir la política de comunicación y atención al cliente generando una imagen de credibilidad y confianza para la empresa.</td> </tr> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Hace referencia al gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad y el entorno, las relaciones con organizaciones locales, involucramiento con la acción social.</td> </tr> <tr> <td>Gobierno y Sociedad</td> <td>Debe contener temas como contribuciones para campañas políticas, anticorrupción y anticoima, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales y gubernamentales.</td> </tr> </tbody> </table>	EJE	DESCRIPCIÓN	Valores y gobierno corporativo	Se vincula temas como compromisos éticos, cultura organizativa, gobierno corporativo (valores y principios), relaciones con la competencia, diálogo e involucramiento con los stakeholders.	Público Interno	Se deberá considerar las relaciones con los sindicatos, involucramiento de los empleados en la gestión empresarial, compromiso con el futuro y desarrollo infantil, valoración de la diversidad, no discriminación y equidad entre los trabajadores, salud, seguridad y condiciones de trabajo, compromiso con el desarrollo profesional y empleabilidad, conducta frente a despidos y preparación para la jubilación.	Medio ambiente	Involucra el compromiso con la calidad, educación y concienciación a los empleados sobre temas ambientales, así como el gerenciamiento del impacto al medio ambiente.	Proveedores	Aborda temas tales como criterios de selección y evaluación de proveedores, trabajo infantil, trabajo forzado y apoyo al desarrollo de proveedores.	Consumidores y clientes	Dentro de éste eje se debe incluir la política de comunicación y atención al cliente generando una imagen de credibilidad y confianza para la empresa.	Comunidad	Hace referencia al gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad y el entorno, las relaciones con organizaciones locales, involucramiento con la acción social.	Gobierno y Sociedad	Debe contener temas como contribuciones para campañas políticas, anticorrupción y anticoima, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales y gubernamentales.
	EJE	DESCRIPCIÓN															
	Valores y gobierno corporativo	Se vincula temas como compromisos éticos, cultura organizativa, gobierno corporativo (valores y principios), relaciones con la competencia, diálogo e involucramiento con los stakeholders.															
	Público Interno	Se deberá considerar las relaciones con los sindicatos, involucramiento de los empleados en la gestión empresarial, compromiso con el futuro y desarrollo infantil, valoración de la diversidad, no discriminación y equidad entre los trabajadores, salud, seguridad y condiciones de trabajo, compromiso con el desarrollo profesional y empleabilidad, conducta frente a despidos y preparación para la jubilación.															
	Medio ambiente	Involucra el compromiso con la calidad, educación y concienciación a los empleados sobre temas ambientales, así como el gerenciamiento del impacto al medio ambiente.															
	Proveedores	Aborda temas tales como criterios de selección y evaluación de proveedores, trabajo infantil, trabajo forzado y apoyo al desarrollo de proveedores.															
	Consumidores y clientes	Dentro de éste eje se debe incluir la política de comunicación y atención al cliente generando una imagen de credibilidad y confianza para la empresa.															
Comunidad	Hace referencia al gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad y el entorno, las relaciones con organizaciones locales, involucramiento con la acción social.																
Gobierno y Sociedad	Debe contener temas como contribuciones para campañas políticas, anticorrupción y anticoima, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales y gubernamentales.																



Estructura	Cada uno de los ítems son tomados de la encuesta de los indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial. La divulgación del código estará a cargo de los responsables de las distintas áreas quienes deberán comunicar a los subordinados, mediante la entrega del código de forma física. También se colocará los principios y valores en la cartelera informativa; misma que se propone colocar en la sala de espera con el fin de dar a conocer a los stakeholders.																																							
Responsables	Los encargados de la elaboración del código serán los gerentes de las distintas dependencias; es decir:																																							
	Gerencia General	Asesoría Legal	Responsable de Talento Humano																																					
	Gerencia de Administración	Gerencia de Comercialización	Gerencia de Producción																																					
Seguimiento	La difusión del código será a cargo del Responsable de Talento Humano conjuntamente con el Responsable de Comunicación																																							
Presupuesto	Los responsables de los distintos departamentos serán los encargados de evaluar el nivel de conocimiento de los empleados con respecto al código de ética y conducta mediante preguntas que se realizarán a los trabajadores de forma aleatoria. Esta evaluación será de manera didáctica; es decir, se hará referencia a posibles situaciones que puedan presentarse en la institución y la forma de actuar de los servidores públicos. Cabe mencionar que se realizará trimestralmente, de forma inicial dado a los cambios en la cultura organizacional que se presentará una vez implementado el código, posteriormente se podrá realizar de forma anual.																																							
	En el código de ética y conducta se incurrirán en costos tales como elaboración y difusión.																																							
	ELABORACIÓN	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ÁREA</th> <th>HORAS - HOMBRE</th> <th>N° HORAS</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gerencia General</td> <td>\$ 28,18</td> <td>10</td> <td>\$ 281,80</td> </tr> <tr> <td>Asesoría Legal</td> <td>\$ 15,63</td> <td>10</td> <td>\$ 156,30</td> </tr> <tr> <td>Responsable de Talento Humano</td> <td>\$ 8,83</td> <td>10</td> <td>\$ 88,30</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Administración Financiera</td> <td>\$ 23,74</td> <td>10</td> <td>\$ 237,40</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Comercialización</td> <td>\$ 13,13</td> <td>10</td> <td>\$ 131,30</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Producción</td> <td>\$ 23,74</td> <td>10</td> <td>\$ 237,40</td> </tr> <tr> <td>Gerencia de Ingeniería</td> <td>\$ 23,74</td> <td>10</td> <td>\$ 237,40</td> </tr> <tr> <td colspan="3">TOTAL</td> <td>\$ 1.369,90</td> </tr> </tbody> </table>	ÁREA	HORAS - HOMBRE	N° HORAS	TOTAL	Gerencia General	\$ 28,18	10	\$ 281,80	Asesoría Legal	\$ 15,63	10	\$ 156,30	Responsable de Talento Humano	\$ 8,83	10	\$ 88,30	Gerencia de Administración Financiera	\$ 23,74	10	\$ 237,40	Gerencia de Comercialización	\$ 13,13	10	\$ 131,30	Gerencia de Producción	\$ 23,74	10	\$ 237,40	Gerencia de Ingeniería	\$ 23,74	10	\$ 237,40	TOTAL			\$ 1.369,90		
		ÁREA	HORAS - HOMBRE	N° HORAS	TOTAL																																			
		Gerencia General	\$ 28,18	10	\$ 281,80																																			
		Asesoría Legal	\$ 15,63	10	\$ 156,30																																			
		Responsable de Talento Humano	\$ 8,83	10	\$ 88,30																																			
		Gerencia de Administración Financiera	\$ 23,74	10	\$ 237,40																																			
		Gerencia de Comercialización	\$ 13,13	10	\$ 131,30																																			
Gerencia de Producción		\$ 23,74	10	\$ 237,40																																				
Gerencia de Ingeniería	\$ 23,74	10	\$ 237,40																																					
TOTAL			\$ 1.369,90																																					
Gerencia General	\$ 28,18	10	\$ 281,80																																					
Asesoría Legal	\$ 15,63	10	\$ 156,30																																					
Responsable de Talento Humano	\$ 8,83	10	\$ 88,30																																					
Gerencia de Administración Financiera	\$ 23,74	10	\$ 237,40																																					
Gerencia de Comercialización	\$ 13,13	10	\$ 131,30																																					
Gerencia de Producción	\$ 23,74	10	\$ 237,40																																					
Gerencia de Ingeniería	\$ 23,74	10	\$ 237,40																																					
		TOTAL	\$ 1.369,90																																					
Información proporcionada por Talento Humano. (Anexo 2)																																								



Presupuesto	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANT.	TOTAL
	Código de ética impreso	\$ 1,50	229	\$ 343,50
	Impresión de principios y valores	\$ 0,50	2	\$ 1,00
	IVA 0%			\$ 344,50
	Total			\$ 344,50
<p>El valor de la cartelera mediante proforma Juan Marcet. (Anexo 5)</p> <p>En la empresa laboran 229 trabajadores</p> <p style="text-align: right;">El valor total en el que se incurriría en la implementación de esta estrategia será \$ 1.714,40</p>				
Beneficios	<p>Incrementar el nivel de Responsabilidad Social de la empresa</p> <p>Contar con un código de ética y conducta reconocida por toda la institución.</p> <p>Incentivar a las buenas prácticas empresariales mediante los valores y principios.</p> <p>Clima laboral adecuado</p>			



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP.																					
Buzón de Transparencia																					
Actividad	Implementación de un buzón de transparencia para la empresa.																				
Objetivo	Corregir practicas inadecuadas de comportamiento dentro de la empresa fomentando conductas éticas dentro de la misma.																				
Propuesta	Creación de una herramienta que permita a los empleados y sus colaboradores mas allegados comunicar de forma segura y anónima, asegurando la integridad de los mismos sobre cualquier anomalía o situaciones que atenten contra la ética, conducta y buenas prácticas de la empresa.																				
Estructura	EL buzón debe estar colocado en un lugar de afluencia por parte de los empleados de la empresa, un lugar idóneo o adecuado podría ser la cafetería, donde puedan depositar de forma anónima la sugerencia, queja o inconveniente.																				
Responsables	El encargado de realizar la adquisición del buzón es el responsable de compras públicas. La revisión del buzón se deberá realizar en una de las reuniones que se realizan en la institución donde estén presentes los representantes de las distintas áreas de la empresa.																				
Presupuesto	<p>Los costos en los que se incurre en este buzón de transparencia seria la inversión en el buzón.</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Detalle</th> <th>Cant.</th> <th>Precio Unitario</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buzón Metálico</td> <td>1</td> <td>\$ 25,00</td> <td>\$ 25,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Subtotal</td> <td>\$ 25,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>IVA 14%</td> <td>\$ 3,50</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Total</td> <td>\$ 28,50</td> </tr> </tbody> </table> <p>El precio del buzón metálico fue consultado en Austro Glass ubicado en la Av. Las Américas y Luís Moscoso; pero en virtud de la naturaleza del negocio no se proporcionó una proforma física.</p>	Detalle	Cant.	Precio Unitario	Total	Buzón Metálico	1	\$ 25,00	\$ 25,00			Subtotal	\$ 25,00			IVA 14%	\$ 3,50			Total	\$ 28,50
Detalle	Cant.	Precio Unitario	Total																		
Buzón Metálico	1	\$ 25,00	\$ 25,00																		
		Subtotal	\$ 25,00																		
		IVA 14%	\$ 3,50																		
		Total	\$ 28,50																		
Beneficios	Tener conocimientos sobre posibles acciones que estén en contra de la ética de la empresa. Aporta a las directrices del código de ética de la empresa. Contribuye al fortalecimiento ético de la empresa fomentando las buenas prácticas de RSE.																				



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP	
Bailoterapia	
Actividad	Realizar un convenio con la Prefectura del Azuay para la práctica de bailoterapia en las instalaciones de la empresa.
Objetivo	Motivar al personal con la práctica de deporte en las instalaciones de la institución y a su vez incrementar el compañerismo entre ellos.
Propuesta	La práctica de deporte es muy importante para llevar un buen estilo de vida, además llevar esta actividad dentro de una empresa motiva a los empleados generando un clima laboral adecuado. Para ello se propone realizar un convenio con la Prefectura del Azuay ya que es la entidad que promueve esta actividad, esto se lo puede realizar una vez al mes por un periodo de seis meses como prueba tratando de acoplar a los integrantes de la empresa en esta práctica deportiva, las sesiones de Bailoterapia se realizarán con el personal de oficina debido al estrés generado en cada uno de sus puestos de trabajo.
Estructura	Para realizar Bailoterapia se dedicará una hora de la jornada laboral, se podrá realizar los días jueves a mitad de mes en un horario de 16h00 a 17h00, debido a que es una fecha intermedia y no interfiere en gran medida en las labores de los trabajadores. Para medir si se están obteniendo los objetivos deseados se realizará un periodo de prueba de 6 meses. Esta actividad se podrá llevar a cabo en el parqueadero de los talleres del Gobierno Provincial del Azuay. En las oficinas laboran 46 empleados; debido a que no se puede dejar de funcionar en su totalidad se recomienda la realización de dos grupos conformados por 23 trabajadores de distintas áreas, los cuales se deberán ir alternando un mes cada grupo para no interferir en forma drástica en las actividades que desempeñan. Adicionalmente se propone la entrega de Tomatodo a cada uno de los participantes para rehidratarse durante la práctica deportiva.
Responsables	El Departamento de Talento Humano será el encargado de realizar el convenio con la Prefectura del Azuay y de motivar a los trabajadores para realizar esta actividad recreativa.



Presupuesto	<p>La institución que prestará los servicios es Bailoterapia del Azuay que es una dependencia de la Prefectura del Azuay, además de que es una institución pública no cobraría ningún valor por realizar esta actividad para ASFALTAR EP.</p>																			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>HORAS</th> <th>HORA-HOMBRE</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Empleados grupo 1</td> <td>1</td> <td>236,03</td> <td>236,03</td> </tr> <tr> <td>Empleados grupo 2</td> <td>1</td> <td>182,96</td> <td>182,96</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">Total</td> <td>418,99</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCIÓN	HORAS	HORA-HOMBRE	TOTAL	Empleados grupo 1	1	236,03	236,03	Empleados grupo 2	1	182,96	182,96	Total			418,99			
	DESCRIPCIÓN	HORAS	HORA-HOMBRE	TOTAL																
	Empleados grupo 1	1	236,03	236,03																
	Empleados grupo 2	1	182,96	182,96																
Total			418,99																	
<p>Esta información es en base a la RBU (Remuneración Básica Unificada), de los diferentes trabajadores; información proporcionada por Departamento de Talento Humano de la empresa. (Anexos 3 y 4) Para la adquisición de los Tomatodo se cuenta con la proforma de CORAL HIPERMERCADOS. (Anexo 6)</p>																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>CANT.</th> <th>PRECIO UNITARIO</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOMATODO PMV</td> <td>46</td> <td>1,63</td> <td>\$ 74,98</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">Subtotal</td> <td>\$ 74,98</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">IVA 14%</td> <td>\$ 10,50</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">Total</td> <td>\$ 85,48</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	TOMATODO PMV	46	1,63	\$ 74,98	Subtotal			\$ 74,98	IVA 14%			\$ 10,50	Total			\$ 85,48
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL																	
TOMATODO PMV	46	1,63	\$ 74,98																	
Subtotal			\$ 74,98																	
IVA 14%			\$ 10,50																	
Total			\$ 85,48																	
<p>El valor que se genera para el primer mes es de \$ 321,51, dado que en este periodo se realizará la compra de los tomatodo y se realizara la primera sesión de Bailoterapia con el grupo 1, mientras que en el segundo mes se genera un costo de \$ 182,96 correspondiente a sueldos del grupo 2, lo que da un total en los dos meses para realizar la actividad de bailoterapia de \$ 504,47 ctv.</p> <p style="text-align: right;">Durante los seis meses de prueba, el valor en el que se incurrirá será \$ 1.342,45</p>																				
Beneficios	<p>Incrementar el nivel de RSE en el eje de Público Interno.</p> <p>Motivar al personal de la empresa.</p> <p>Incentivar el deporte dentro de la institución.</p>																			



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP.					
Responsable de Medio Ambiente					
Actividad	Crear un puesto de trabajo, Responsable de Medio Ambiente .				
Objetivo	Contar una persona idónea, capacitada para tratar los temas ambientales que apoye a RSE de la empresa.				
Propuesta	Al contar con un Responsable de Medio Ambiente, este pueda participar en decisiones estratégicas de la empresa, así también en la elaboración, ejecución y control de la política ambiental, además en la realización de estudios y resolución de problemas sobre impactos ambientales generados por el proceso productivo. El candidato a ocupar dicho cargo deberá poseer como mínimo un título de tercer nivel; es decir un Ingeniero Ambiental.				
Estructura	El formato a seguir para la creación del puesto de trabajo será el que establece el Ministerio de Trabajo a través del registro de información en la plantilla de Talento Humano; una vez generado el perfil del puesto se planteará dicha propuesta en la asamblea ordinaria con el consejo directivo para su aprobación.				
Responsables	El responsable de la creación del este puesto será el Área de Talento Humano conjuntamente con el Asesor Jurídico y el Gerente de Producción.				
Presupuesto	En virtud de la tabla de remuneraciones para el sector público, el sueldo para el Responsable de Medio Ambiente será de \$1.086,00; por lo tanto:				
	ROL DE PAGOS				
	CARGO	JORNADA DE TRABAJO	AREA	FONDO DE RESERVA	TOTAL DE INGRESOS
	Responsable de Medio Ambiente	Completa	Producción		\$ 1.086,00
	DESCUENTOS				
	APORTE AL IESS (11,45%)	FONDOS DE RESERVA	RETENCION IMP RENTA	TOTAL DTOS.	TOTAL A RECIBIR
\$ 124,35		\$ 54,30	\$ 178,65	\$ 907,35	



	ROL DE PROVISIONES						
	CARGO	INGRESOS GRAVADOS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS (11,15%)	TOTAL PROVISIONES
	Responsable de Medio Ambiente	\$ 1.086,00	\$ 90,50	\$ 30,50	\$ 45,25	\$ 121,09	\$ 287,34
Presupuesto	COSTO DE LA CONTRATACIÓN DEL RESPONSABLE DE MEDIO AMBIENTE						
	CONCEPTO		MENSUAL	ANUAL			
	Costo por remuneración		\$ 907,35	\$ 10.888,24			
	Costo de provisiones		\$ 23,94	\$ 287,34			
	TOTAL		\$ 931,30	\$ 11.175,58			
	En las instalaciones de la empresa se cuenta con el espacio necesario y los insumos requeridos para que el Responsable de Medio Ambiente pueda ejercer sus funciones; por lo tanto no se incurriría en costos adicionales por la adecuación del lugar de trabajo						
Beneficios	<p>Contar con una persona responsable de el área ambiental, que contribuya en las decisiones estratégicas</p> <p>Apoyo en la creación de una política y plan de emergencia ambiental para la empresa.</p> <p>Poseer un representante en consejos locales para tratar temas ambientales .</p> <p>Patrocinar la creación de campañas de preservación de Medio Ambiente.</p> <p>Contribuir en temas de RSE, así como iniciativas para obtener certificaciones internacionales.</p>						



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP											
Capacitar a los trabajadores de la empresa sobre las 3Rs (Reciclar, Reducir, Reusar).											
Actividad	Realizar capacitación sobre el apropiado tratamiento de residuos en la empresa.										
Objetivo	Establecer las acciones que se debe realizar para un adecuado manejo, almacenamiento y disposición de residuos generados. Además de crear conciencia en personal de la empresa referente a la optimización de papel, cartón, plástico, etc.										
Propuesta	Realizar una capacitación a los empleados de la empresa sobre las 3RS (Reutilizar, reciclar, reducir), que permita a los empleados fortalecer conocimientos referente a la separación adecuada de los residuos generados en las oficinas. Cuyo fin es que el personal pueda colaborar a la institución en el ahorro de recursos, mediante la sensibilización, a su vez incentivar el orden y limpieza en las aéreas de trabajo generando conocimiento que les permita utilizar estos materiales de una forma óptima, colaborando al medio ambiente y aportando a la organización en temas referentes a Responsabilidad Social Empresarial.										
Estructura	<p>La capacitación debe estar estructurado a temas referentes al medio ambiente ya sea en la utilización de las 3RS generando campañas internas de educación.</p> <table border="1" data-bbox="616 1013 1803 1189"> <thead> <tr> <th>CAPACITACIÓN</th> <th>ESPECIFICACIONES</th> <th>PERIODO</th> <th>TIEMPO</th> <th>LUGAR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Capacitación 3RS</td> <td>Como reciclar, reducir, reutilizar, material.</td> <td>Anual.</td> <td>2h</td> <td>Oficinas.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Una vez realizado la capacitación implementar tachos diferenciados lo que permitirá a los empleados colocar el material en el recipiente adecuado, para poder llevar un control de los residuos generados.</p>	CAPACITACIÓN	ESPECIFICACIONES	PERIODO	TIEMPO	LUGAR	Capacitación 3RS	Como reciclar, reducir, reutilizar, material.	Anual.	2h	Oficinas.
CAPACITACIÓN	ESPECIFICACIONES	PERIODO	TIEMPO	LUGAR							
Capacitación 3RS	Como reciclar, reducir, reutilizar, material.	Anual.	2h	Oficinas.							



Estructura	COLOR DEL RECIPIENTE	ALMACENAJE																																																					
		Restos orgánicos y de alimentos, vajilla y empaques descartable, basura de baño, resto (inerte como residuos de colillas de tabaco, resto polvo, basura de barrido), fundas plásticas ruidosas.																																																					
		Plásticos rígidos y duros, envases plásticos y cubiertos, plásticos suaves, papel y cartón, chatarra, y artículos electrónicos, aluminios y latas.																																																					
		Residuos peligrosos (Pilas, baterías, toners, cartuchos de tinta de impresora).																																																					
Para la recolección del material reciclado se lo puede realizar mediante un convenio de la empresa con la EMAC EP, o mediante la coordinación de los recicladores de la zona.																																																							
Responsables	<p>El responsable de coordinar la capacitación, los instructores, la fecha para dicha capacitación y el lugar será el responsable de medio ambiente o a su vez el departamento de comunicación de la empresa.</p> <p>En tanto que, el Departamento de Talento Humano será el encargado de coordinar al personal para la capacitación dentro de la institución.</p> <p>El responsable de la capacitación y del convenio tendrá que emitir un informe al departamento de Gerencia para poder conocer los resultados de dicha capacitación, y poder determinar cuáles fueron los resultados obtenidos.</p>																																																						
Presupuesto	<p>Al realizar la capacitación con la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca EMAC EP, esta no tienen costo debido a que es una Institución pública, sin embargo se incurre en costos tales como:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>CANT.</th> <th>PRECIO UNT.</th> <th>DSCTO</th> <th>PRECIO TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tacho basura azul</td> <td>2</td> <td>\$ 11,43</td> <td>\$ 1,14</td> <td>\$ 21,72</td> </tr> <tr> <td>Tacho basura rojo</td> <td>2</td> <td>\$ 11,43</td> <td>\$ 1,14</td> <td>\$ 21,72</td> </tr> <tr> <td>Tacho basura negro</td> <td>2</td> <td>\$ 11,43</td> <td>\$ 1,14</td> <td>\$ 21,72</td> </tr> <tr> <td>Funda basura azul x10</td> <td>36</td> <td>\$ 0,70</td> <td>\$ -</td> <td>\$ 25,20</td> </tr> <tr> <td>Funda basura roja x 10</td> <td>5</td> <td>\$ 1,06</td> <td>\$ -</td> <td>\$ 5,30</td> </tr> <tr> <td>Funda basura negra x 10</td> <td>11</td> <td>\$ 0,70</td> <td>\$ -</td> <td>\$ 7,70</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Subtotal</td> <td>\$ 103,36</td> </tr> <tr> <td colspan="4">IVA 14%</td> <td>\$ 14,47</td> </tr> <tr> <td colspan="4">TOTAL</td> <td>\$ 117,83</td> </tr> </tbody> </table>					DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNT.	DSCTO	PRECIO TOTAL	Tacho basura azul	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72	Tacho basura rojo	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72	Tacho basura negro	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72	Funda basura azul x10	36	\$ 0,70	\$ -	\$ 25,20	Funda basura roja x 10	5	\$ 1,06	\$ -	\$ 5,30	Funda basura negra x 10	11	\$ 0,70	\$ -	\$ 7,70	Subtotal				\$ 103,36	IVA 14%				\$ 14,47	TOTAL				\$ 117,83
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNT.	DSCTO	PRECIO TOTAL																																																			
Tacho basura azul	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72																																																			
Tacho basura rojo	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72																																																			
Tacho basura negro	2	\$ 11,43	\$ 1,14	\$ 21,72																																																			
Funda basura azul x10	36	\$ 0,70	\$ -	\$ 25,20																																																			
Funda basura roja x 10	5	\$ 1,06	\$ -	\$ 5,30																																																			
Funda basura negra x 10	11	\$ 0,70	\$ -	\$ 7,70																																																			
Subtotal				\$ 103,36																																																			
IVA 14%				\$ 14,47																																																			
TOTAL				\$ 117,83																																																			



Propuesta	<p>Estos precios se ven reflejados en la proforma de Salvador Pacheco Mora SA. (Anexo 8); en lo referente a los tachos y para las fundas plásticas en GRAN AKI. (Anexo 7)</p> <p>Además se incurren en costos horas- hombres, dado que la capacitación se la realizará a 46 empleados que laboran en las oficinas de la empresa, generando un total de \$ 837,98 ctv. El valor detallado se puede visualizar en el Anexo 2.</p> <table border="1" data-bbox="616 443 1489 531"><thead><tr><th>DESCRIPCIÓN</th><th>HORAS</th><th>N° EMPLEADOS</th><th>TOTAL</th></tr></thead><tbody><tr><td>Capacitación</td><td>2</td><td>46</td><td>\$ 837,98</td></tr></tbody></table> <p>El valor total que se incurre para realizar la capacitación es de \$ 955,81</p>	DESCRIPCIÓN	HORAS	N° EMPLEADOS	TOTAL	Capacitación	2	46	\$ 837,98
DESCRIPCIÓN	HORAS	N° EMPLEADOS	TOTAL						
Capacitación	2	46	\$ 837,98						
Beneficios	<p>Incrementar el Nivel de Responsabilidad Social Empresarial en el eje de Medio Ambiente.</p> <p>Manejar adecuadamente los residuos en las oficinas de la empresa para minimizar el desperdicio.</p> <p>Ahorrar recursos de la empresa en cuanto a la optimización de material de oficina.</p> <p>Crear conciencia ambiental en la empresa.</p>								



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP				
Realizar seguimiento de las prácticas de RSE de proveedores				
Objetivo	Mantener un control de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de los proveedores.			
Propuesta	La realización de visitas a las instalaciones de los proveedores para conocer su funcionamiento y comprobar que cumplen con los parámetros establecidos en el contrato con la empresa, así como el cumplimiento de la ley vigente, y esté enfocado a la Responsabilidad Social Empresarial.			
Estructura	<p>Las visitas se debe realizar de forma anual, a los cinco principales proveedores; que por razones de confidencialidad no se los puede mencionar. Para cada socialización se requerirán dos horas laborables.</p> <p>El control a los proveedores deberá estar enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial mediante la evaluación y selección de los proveedores. • Realizar un control para minimizar el trabajo infantil en la cadena productiva en minas y canteras, así como la discriminación género, racial, étnico, religiosa y personas con discapacidad. • Realizar una verificación de las empresas proveedoras en las distintas estancias gubernamentales mediante un análisis de su comportamiento en: <ul style="list-style-type: none"> o SRI en referencia al pago de sus obligaciones tributarias. o Ministerio de las Relaciones Laborales número de empleados que fueron despedidos o empleados que han renunciado o algún conflicto empleado- empleador. 			
Responsables	El responsable de este control a los proveedores será el área de comercialización quien será el encargado de realizar la planificación, control y seguimiento de las prácticas de responsabilidad social empresarial.			
Presupuesto	DETALLE			
		COSTO	CANT.	TOTAL
	Gerente de Comercialización	\$ 13,13	10	\$ 131,30
	Viáticos	\$ 10,00	5	\$ 50,00
	TOTAL			\$ 181,30
Beneficios	<p>Contar con una práctica periódica de control de la Responsabilidad Social Empresarial para los proveedores.</p> <p>Llevar un control de la cadena productiva de la empresa.</p> <p>Impulsar a los proveedores en el cumplimiento de la legislación.</p> <p>Apoyo al desarrollo de los proveedores en temas de Responsabilidad Social Empresarial.</p>			



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP				
Pedido a través de la plataforma virtual				
Objetivo	Brindar un servicio adicional de pedido por internet facilitando la comunicación entre cliente y/o consumidor - empresa.			
Propuesta	En la actualidad, para que una empresa sea competitiva debe adaptarse a los cambios que se presentan continuamente en el entorno; en virtud de ello se plantea la innovación tecnológica en la plataforma virtual. En la página web de la empresa (http://www.asfaltarep.gob.ec), se plantea la creación de una opción de pedido por internet además de realizar de forma personal y vía telefónica, de esta forma se brinda comodidad a los clientes y consumidores, además de mantenerse informados de los productos y servicios que ofrece la empresa.			
Estructura	La opción de pedido por internet deberá tener un formato amigable es decir, de fácil utilización. La página estará monitoreado de lunes a viernes de 8h00 a 17h00. Para dar a conocer a los clientes y/o consumidores esta una nueva forma de realizar pedidos se publicará en las redes sociales (Facebook, Twitter), adicionalmente se colocará en la cartelera informativa ubicada en la sala de espera.			
Responsables	El Coordinador de Sistemas será quien cree la función de pedidos en la plataforma virtual de la empresa; para ello serán necesarias dos horas laborables. Un delegado del Gerente de Comercialización deberá implementar en sus actividades el monitoreo a la página para mantenerse comunicado con los clientes y consumidores para prestar un servicio de forma inmediata.			
Presupuesto	El costo de esta actividad será:			
	ÁREA	HORA-HOMBRE	N° HORAS	TOTAL
	Coordinador de Sistemas	\$ 13,22	2	\$ 26,44
	Información proporcionada por Talento Humano. (Anexo 2)			
Beneficios	Incrementar los niveles de Responsabilidad Social de la empresa. Evitar la afluencia excesiva a las oficinas. Eficiencia y eficacia en los pedidos. Mejorar la comunicación con los clientes y consumidores			



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP						
Socializar con la comunidad sobre los impactos generados por el proceso productivo						
Actividad	Emprender prácticas de comunicación directa con la comunidad colindante a la planta de asfalto en la parroquia Javier Loyola sector Ayancay de la provincia del Cañar.					
Objetivo	Mantener diálogo permanente con la comunidad para conocer inquietudes, sugerencias o inconvenientes que existen por la presencia de la planta de asfalto en el sector.					
Propuesta	Es muy importante que se mantenga comunicación constante con la comunidad que rodea la planta asfáltica porque de esta forma se podrán evitar conflictos entre las partes; es por ello que se deben realizar asambleas para conocer los intereses de los habitantes de la zona y socializar acerca del impacto que genera el proceso productivo. En virtud de ello se podrán plantear soluciones a los inconvenientes generados. Con esta práctica, la empresa toma en consideración a la comunidad como parte interesada en los procesos decisivos.					
Estructura	Las reuniones se realizarán de forma semestral en el comedor de la planta asfáltica; se deberá informar con dos semanas de anticipación acerca de la asamblea a realizar y promover la participación de la comunidad a la misma.					
Responsables	El encargado de informar sobre las reuniones a llevarse a cabo será el Responsable de Comunicación; quién a la vez será el representante de la empresa en las asambleas.					
Presupuesto	Para realizar la socialización con la sociedad se verá necesario incurrir en los siguientes costos debido a la necesidad de adaptar el comedor de la planta para que sea utilizado en las asambleas que se mantengan con la comunidad.					
	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROFORMA	ANEXO
	Pizarra	1	\$ 45,14	\$ 45,14	Papejería Monsalve	9
	Marcador (caja)	12	\$ 0,69	\$ 8,28	Papejería Monsalve	9
	Borrador de pizarra	1	\$ 0,87	\$ 0,87	Juan Marcet	5
	Papel Bond x 500h	1	\$ 4,28	\$ 4,28	Papejería Monsalve	9
	Sillas plásticas	24	\$ 5,76	\$ 138,24	Coral Hipermercados	6
	Subtotal 0%			\$ 4,28		
	Subtotal 14%			\$ 192,53		
	IVA 14%			\$ 26,95		
Total			\$ 223,76			



Presupuesto	En virtud que se designarán 2 horas para realizar la reunión, el gasto hora-hombre será de:			
	ÁREA	HORA-HOMBRE	N° HORAS	TOTAL
	Subgerente de Comunicación	\$ 18,54	4	\$ 74,16
	Información proporcionada por Talento Humano. (Anexo 2) Se considera 4 horas debido a que se realizarán dos reuniones al año de dos dos horas cada una. El valor total en el que se incurrirá será \$ 297,92			
Beneficios	Incrementar el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de ASFALTAR EP. Comunicación permanente con la comunidad. Evitar posibles conflictos con los habitantes de la zona.			



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASFALTAR EP	
Visitas de estudiantes a la planta de asfalto	
Actividad	Permitir el acceso de estudiantes universitarios a la planta asfáltica ubicada en la parroquia Javier Loyola de la provincia del Cañar.
Objetivo	Contribuir al aprendizaje de estudiantes universitarios de carreras técnicas, permitiéndoles el acceso a la planta de asfalto para que puedan obtener un conocimiento integral en su formación académica y a su vez la empresa estará participando activamente con la comunidad académica y científica.
Propuesta	Realizar convenios con las cuatro principales universidades del cantón Cuenca como son, Universidad de Cuenca, Universidad del Azuay, Universidad Politécnica Salesiana y Universidad Católica de Cuenca, para que los estudiantes puedan realizar visitas técnicas apoyando su preparación profesional. Para las visitas se dará preferencia a estudiantes de carreras, tales como: <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería Ambiental - Ingeniería Química - Ingeniería Industrial - Ingeniería Civil - Ingeniería de la Producción y Operaciones.
Estructura	La visita será para un cupo de 15 estudiantes y el transporte a la planta se deberá coordinar entre alumnos y dirigentes académicos. Se permitirá el acceso de estudiantes a la planta de forma trimestral; la duración de la visita será de aproximadamente 2 horas, misma que podría realizarse los días viernes debido a la disponibilidad del personal.



Estructura	La visita estará estructurada de la siguiente forma:			
	TEMA	DURACIÓN	LUGAR	
	Entrega de los implementos de seguridad a los estudiantes .	30 min	Comedor de la planta Asfáltica	
	Charla informativa sobre la Empresa ASFALTAR EP., la filosofía empresarial (Visión, Misión, valores corporativos),			
	Charla sobre la Responsabilidad Social de la Empresa.	15 min		
Explicaciones sobre el proceso de fabricación mediante.	1h00	Planta Asfáltica		
	Preguntas de los estudiantes.	15 min		
Responsables	El encargado de realizar el convenio con las distintas universidades será el Responsable de Comunicación, quien deberá establecer el acuerdo entre la empresa y las instituciones educativas para coordinar el número de estudiantes, horario y fecha de la visita técnica.			
	La persona responsable de Salud y Seguridad Laboral será quien verifique la calidad de los cascos y chalecos necesarios para los estudiantes y a la vez emita la orden de compra.			
	El Gerente de Producción conjuntamente con el Responsable de Comunicación, quienes deberán conocer adecuadamente todo el proceso productivo y administrativo para que puedan transmitir de forma apropiada la información de las operaciones empresariales a los estudiantes.			
Presupuesto	Los gastos que se generan en la adquisición de los insumos se en presentan en base a la proforma de la Empresa "Talleres 19'95" (Anexo 10)			
	MATERIAL	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL
	Cascos	15	\$ 16,00	\$ 240,00
	Chalecos de Seguridad	15	\$ 19,00	\$ 285,00
	Tapones auditivos	60	\$ 0,30	\$ 18,00
	Mascarillas	60	\$ 0,98	\$ 58,80
		Subtotal	\$ 601,80	
		IVA 14%	\$ 84,25	
		Total	\$ 686,05	



Presupuesto	DESCRIPCIÓN	HORAS	HORAS-HOMBRE (\$)	
	Subgerente de Comunicación	4	\$	18,54
	Gerente de Producción	4	\$	23,74
	TOTAL			\$
El valor en el que se incurriría para la realización de la visita técnica es				\$ 728,33
Beneficios	<p>Apoyar activamente a la formación académica de los estudiantes universitarios.</p> <p>Incrementar el nivel de RSE.</p> <p>Al realizar esta actividad la empresa está vinculándose con la comunidad lo que le permite alcanzar Responsabilidad Social Empresarial.</p>			



Las 10 estrategias planteadas ayudarán a incrementar el nivel de RSE; a continuación se presenta un gráfico donde se puede visualizar la relación existente entre ejes y las distintas propuestas:

Tabla 10 Relación entre ejes y estrategias

ACTIVIDAD	EJES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL						
	Valores,transparencia y gobierno corporativo	Público Interno	Medio Ambiente	Proveedores	Consumidores y Clientes	Comunidad	Gobierno y sociedad
Reformulación de Visión-Misión	Se relacionan los 7 ejes de RSE, ya que todas las actividades tendrían un nuevo enfoque						
Creación de Código de Ética y conducta, con sus diferentes políticas	Se debe realizar en base a los 7 ejes, con sus diferentes políticas de funcionamiento						
Implementación de Buzón de Transparencia							
Bailoterapia							
Creación de Responsable de Medio Ambiente							
Capacitación 3RS							
Seguimiento a Proveedores							
Acoplar la plataforma Web de la empresa para realizar compras .							
Realizar compañías de Socialización							
Permitir el acceso de visitas de estudiantes del área técnica							

Fuente: Diseño del Plan de RSE

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez



4.2 Presupuesto anual para el Plan de Responsabilidad Social Empresarial

La Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay al implementar el diseño del plan propuesto para incrementar el nivel de Responsabilidad requerirá el siguiente presupuesto anual:

Tabla 11 Presupuesto Anual del Plan de RSE

ESTRATEGIA	PRESUPUESTO ANUAL
Reformulación de Visión- Misión	\$ 733,64
Creación de Código de Ética y Conducta, con sus diferentes políticas	\$ 1.714,40
Implementacion de Buzón de Transparencia	\$ 28,50
Bailoterapia	\$ 1.342,45
Creación del puesto de Responsable de Medio Ambiente	\$ 11.175,58
Capacitación 3RS	\$ 955,81
Seguimiento a Proveedores	\$ 181,30
Acoplar la plataforma Web de la empresa para realizar pedidos de productos o servicios.	\$ 26,44
Realizar compañías de Socialización	\$ 297,92
Permitir el acceso de visitas de estudiantes del área técnica	\$ 728,33
Gastos varios	\$ 100,00
PRESUPUESTO TOTAL	\$ 17.284,37

Fuente: Diseño del Plan de RSE

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

El rubro de Gastos varios es para cubrir cualquier eventualidad que se presente tanto en la elaboración como ejecución del plan de Responsabilidad Social Empresarial.

El costo anual en el que incurrirá la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, en cuyo monto está incluido el valor hora hombre de los funcionarios de la institución requeridos para las distintas estrategias planteadas será de 17.377,21 dólares.

4.3 Presupuesto real del Plan de RSE

A continuación se presenta el presupuesto anual sin considerar el valor de la hora hombre para conocer el costo real del plan propuesto.

Tabla 12 Costo real del Plan de RSE para ASFALTAR EP.

ESTRATEGIA	INSUMO	PRESUPUESTO ANUAL
Reformulación de Visión- Misión	Impresiones	\$ 2,00
	Cartelera Informativa	\$ 92,84
Creación de Código de Ética y Conducta, con sus diferentes políticas	Código de ética impreso	\$ 343,50
	Impresión de principios y valores	\$ 1,00
Implementación del Buzón de Transparencia	Buzón Metálico	\$ 28,50
Bailoterapia	Tomatodo PMV	\$ 85,48
Creación del puesto de Responsable de Medio Ambiente	Salario de Responsable de Medio Ambiente	\$ 11.175,58
Capacitación 3RS	Tacho basura azul	\$ 24,76
	Tacho basura rojo	\$ 24,76
	Tacho basura negro	\$ 24,76
	Funda basura azul x10	\$ 28,73
	Funda basura roja x 10	\$ 6,04
	Funda basura negra x 10	\$ 8,78
Seguimiento a Proveedores	Viáticos	\$ 50,00
Acoplar la plataforma Web de la empresa para realizar pedidos		\$ -
Realizar compañías de Socialización	Pizarra	\$ 51,46
	Marcador (caja)	\$ 9,44
	Borrador de pizarra	\$ 0,99
	Papel Bond x 500h	\$ 4,88
	Sillas plásticas	\$ 157,59
Permitir el acceso de visitas de estudiantes del área técnica	Cascos	\$ 273,60
	Chalecos de Seguridad	\$ 324,90
	Tapones auditivos	\$ 20,52
	Mascarillas	\$ 67,03
Gastos varios	Eventualidades	\$ 100,00
COSTO TOTAL		\$ 12.907,14

Fuente: Diseño del Plan de RSE

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez



El costo real necesario para la implementación del plan de RSE propuesto para ASFALTAR EP., es de \$ 12.907,14. En la estrategia sobre el acoplamiento de la página web para realizar pedidos se incurren únicamente en costos horas-hombre, por tanto no se incluye un valor en el presupuesto real.

La Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP., dispone de los recursos necesarios tanto humano, tecnológico y económico, así como en el interés en la ejecución del plan de Responsabilidad Social Empresarial, ya que con ello la empresa obtendrá distintos beneficios tales como:

- ✓ Mejorar el nivel de RSE.
- ✓ Contar con directrices que orienten al público interno en el comportamiento dentro y fuera de la organización.
- ✓ Promover las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Involucrar a los stakeholders en su planificación estratégica.
- ✓ Ser la primera institución del sector en adaptar las prácticas de RSE a sus actividades empresariales generando mayor competitividad.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

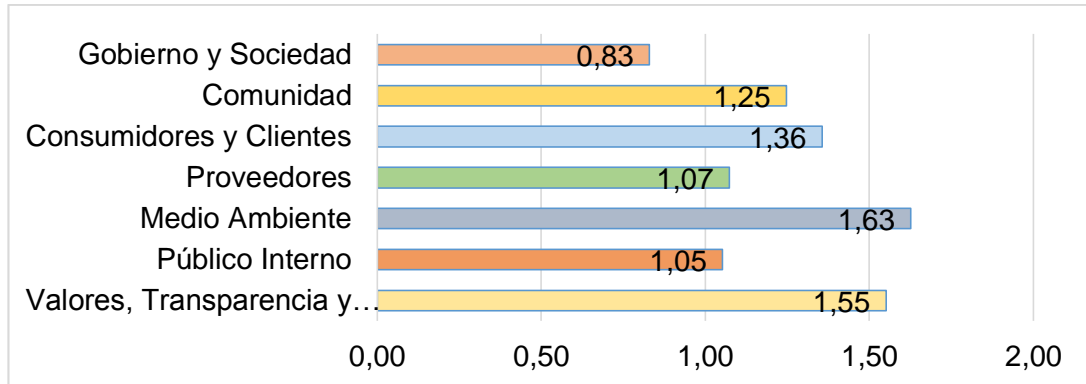
En sus inicios la Responsabilidad Social Empresarial se consideraba una filantropía ya que las instituciones creían que al realizar donaciones económicas estaban siendo socialmente responsables; pero actualmente en un mundo globalizado siempre se debe estar innovando y adaptándose a los cambios para seguir en el mercado; lo que ha generado que el tema de RSE se diversifique e incluya en sus prácticas corporativas distintos enfoques.

Al hablar de RSE no sólo se consideran temas ambientales o la comunidad; se debe tener presente aspectos tales como valores, transparencia, gobierno corporativo, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad; es decir se involucra a todos los stakeholders cuyo fin es realizar actividades en beneficio de las mismas al hacerlas parte de la planificación estratégica de la empresa.

5.1. Conclusiones de las empresas dedicadas a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay

En virtud del análisis realizado al sector dedicado a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico así como a construcción y mantenimiento vial; se obtuvo que en el sector se tienen buenos conocimientos con respecto a RSE y están comprometidos a ejercer una gestión socialmente responsable; a nivel global el puntaje fue de 1,27 y con respecto a cada eje fue:

GRÁFICO 34 Puntaje del sector dedicado a la producción, comercialización, suministro y colocación de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay



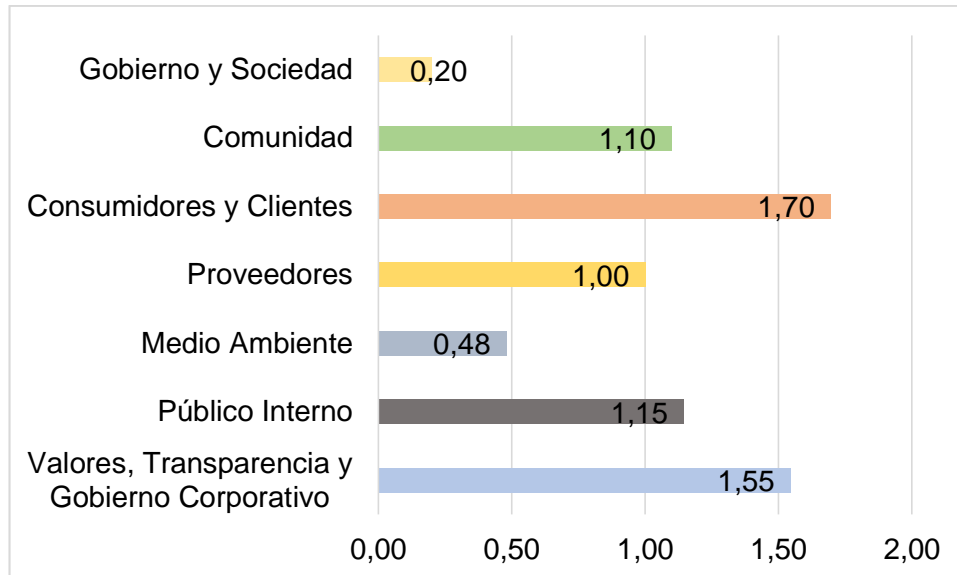
Fuente: Encuesta indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

Como se puede visualizar el sector analizado presenta variaciones en cada uno de los ejes, dando como resultado que en el eje de Medio ambiente tiene un puntaje de 1,63 que representa que el sector tiene conocimiento referente a la RSE, mientras que en el eje de Gobierno y Sociedad con un 0,83 este no cuenta con prácticas de RSE.

5.2. Conclusión de la empresa objeto de estudio

La aplicación de la encuesta de los Indicadores Ethos en la Empresa ASFALTAR EP., dio como resultado que la empresa realiza ciertas acciones de Responsabilidad Social debido a que el puntaje obtenido fue de 1,17; lo que implica que la institución debe fortalecer sus niveles de RSE haciendo énfasis en los ejes de menor puntuación.

GRÁFICO 35 Puntaje de la empresa ASFALTAR EP.

Fuente: Encuesta indicadores Ethos

Elaboración: Silvia García, Gabriela Vásquez

En virtud del análisis realizado se puede concluir que para incrementar los niveles de RSE, la empresa debe ejecutar el plan propuesto, donde se pone a consideración distintas actividades que ayudarán a mejorar la gestión en términos de responsabilidad social.

La institución debe reestructurar la filosofía organizacional, en virtud de que la Visión y la Misión son la razón de ser la empresa así como los objetivos, esto permitirá tener un horizonte más claro encaminando cada una de sus acciones hacia una gestión enfocada en los principios de RSE. Se pone a consideración la creación de un código de ética y conducta, así como la creación de políticas para cada eje basados en la encuesta de Indicadores Ethos.

Adicionalmente se plantea la realización de varias actividades con los empleados mediante la capacitación sobre las 3Rs (Reutilizar, Reciclar, Reducir), la participación activa mediante el buzón de transparencia donde tendrán la posibilidad de indicar cualquier acto inadecuado dentro de la institución. Así también motivar a los trabajadores de oficina con prácticas deportivas como bailoterapia.



En virtud de los resultados en el eje de Medio Ambiente se plantea que esta área debe contar con un responsable que pueda realizar actividades que ayuden a mejorar la puntuación de este eje creando políticas, aportando con ideas estratégicas para incrementar los niveles de Responsabilidad Social.

En el plan de Responsabilidad Social se manifiesta que se debe realizar seguimiento a los principales proveedores, de esta forma se garantiza que los productos cuenten con todos los requerimientos que la empresa exige, además verificar que las empresas proveedoras cuenten con prácticas de RSE.

Para facilitar la comunicación con los consumidores y clientes, la estrategia planteada es la adaptación de la página web para que puedan realizar pedidos de los productos y servicios que ofrece la empresa; de esta forma se evita la aglomeración de personas en la oficina.

Se propone la realización de jornadas de socialización con la comunidad sobre temas de Responsabilidad Social Empresarial, así como impactos que presenta la planta asfáltica. En tanto para mejorar los niveles de RSE en el eje de Gobierno y Sociedad se pone a consideración la participación en temas de investigación y desarrollo de la comunidad universitaria mediante la participación de visitas técnicas.

5.3. Recomendaciones

Al ser una empresa reconocida por sus prácticas responsables genera ventajas competitivas; por ello se recomienda que la empresa ASFALTAR EP., incorpore a su cultura organizativa prácticas de RSE involucrando a los stakeholders para que los resultados de estas nuevas prácticas logren los objetivos planteados por la organización.

Se recomienda realizar estudios de Responsabilidad Social Empresarial de forma anual para medir el nivel alcanzado y formular nuevas estrategias, ya que hoy en día la innovación es fundamental para las empresas independientemente del sector al que pertenecen en virtud de que las exigencias y necesidades de la sociedad cambian frecuentemente.



Realizar un seguimiento de las estrategias implementadas de manera que se pueda llevar un control del impacto de las mismas dentro y fuera de la empresa y en caso de ser necesario tomar medidas correctivas para alcanzar los objetivos planteados.

Para generar valor agregado a las prácticas de RSE, se recomienda ser miembro del consorcio CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social), creada en el año 2005, que es una organización sin fines de lucro que busca incentivar a las empresas sean públicas o privadas a incorporar prácticas responsables. (CERES, Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, 2008).



ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta Indicadores ETHOS

La presente encuesta tiene el objetivo de medir el grado de Responsabilidad Social Empresarial, información que será utilizada para la elaboración del Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales de La Universidad de Cuenca.

Empresa: _____

VALORES TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO AUTORREGULACION DE LA CONDUCTA

INDICADOR 1 COMPROMISOS ÉTICOS

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
1.1. Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a partes interesadas.			
El código de conducta y/o la declaración de valores de la organización:			
1.2. Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios.			
1.3. Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima) para obtención de ventajas comerciales.			
1.4. Son explícitos cuanto al compromiso de ética en las gestiones de las informaciones privilegiadas o de carácter privado obtenidas durante los procesos de la compañía en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores etc.).			
1.5. Son explícitos respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes interesadas.			
1.6. Cumplimiento de las leyes y pago de tributos;			
1.7. Reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos;			
1.8. Conflicto de intereses;			
1.9. Donaciones;			
1.10. Corrupción activa y pasiva;			
1.11. Fraude en licitación pública;			
1.12. Límites de las actividades y contribuciones políticas;			
1.13. Relaciones con la comunidad;			
1.14. Prevención y tratamiento de fraudes.			
1.15. Nepotismo			
La compañía:			
1.15. Posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente.			
1.16. Posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente.			
1.17. Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados.			
1.18. Vincula expresamente la actuación de los asesoramientos jurídico y contable al código de ética/declaración de principios.			



1.19. Además de cumplir todas las legislaciones en vigor para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.			
--	--	--	--

**AUTORREGULACION DE LA CONDUCTA
INDICADOR 2 ARRAIGO EN LA CULTURA ORGANIZATIVA**

	SI	NO	EN PARTE
2.1. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares.			
2.2. Los empleados de la compañía demuestran familiaridad en su cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.			
2.3. Desarrolló la estructura organizativa procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores.			

**AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA
INDICADOR 3 GOBIERNO CORPORATIVO**

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos

La alta directiva de la compañía:	SI	NO	EN PARTE
3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes.			
3.2. Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; cohibir el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan.			
3.3. Para nombrar miembros del consejo, lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales, sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva).			
3.4. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para mejor fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio-ambientales y relativos a derechos humanos.			
3.5. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones.			
3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo.			
3.7. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la compañía en lo que se refiere al desarrollo sostenible			



RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

INDICADOR 4 RELACIONES CON LA COMPETENCIA

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos

	SI	NO	EN PARTE
4.1. Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la compañía.			
La compañía:			
4.2. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.).			
4.3. Adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.			

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

INDICADOR 5 DIALOGO E INVOLUCRAMIENTO DE LAS PARTES INTERESADAS (Stakeholders)

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos.

	SI	NO	EN PARTE
La compañía:			
5.1. Se comunica con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.			
5.2. Tiene política y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualesquier sugerencias, solicitudes, esfuerzos o demandas de sus partes interesadas.			
5.3. En su proceso de diálogo e involucramiento de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones.			
5.4. Tiene política para que los indicadores/datos/informaciones advenidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas.			
5.5. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general.			
5.6. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la compañía.			

INDICADOR 6 BALANCE SOCIAL

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos

	SI	NO	EN PARTE
6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la compañía son auditadas por terceros.			
6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la compañía son auditadas por terceros.			



6.3. En el proceso de elaboración del balance social, la compañía involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.).			
6.4. Incorpora la compañía en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de partes interesadas.			
6.5. El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes stakeholders: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.			
6.6. Expone la compañía datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet.			
6.7. Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa.			
Al producir el balance social, la compañía lleva en consideración los principios de:			
6.8. Inclusión;			
6.9. Relevancia y Materialidad;			
6.10. Exhaustividad;			
6.11. Equilibrio;			
6.12. Comparabilidad;			
6.13. Precisión;			
6.14. Periodicidad;			
6.15. Claridad;			
6.16. Fiabilidad.			



**PÚBLICO INTERNO
DIALOGO Y PARTICIPACION**

INDICADOR 7 RELACIONES CON SINDICATOS

Respecto a la participación de empleados en sindicatos y en la relación con sus representantes

	SI	NO	EN PARTE
7.1. Provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo hábil para que se posicionen el sindicato y los trabajadores.			
7.2. Convenio colectivo con el sindicato de la categoría principal.			
7.3. Posee comisión de fábrica o de alcance empresarial garantizada por convenio colectivo.			
7.4. Pone a disposición informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría tales como pacto salarial, contribuciones sindicales etc.			

DIALOGO Y PARTICIPACION

INDICADOR 8 GESTION PARTICIPATIVA

Respecto a la involucración de los empleados en la gestión , la empresa:

	SI	NO	EN PARTE
8.1. Todos los integrantes de comisiones de trabajadores –Comité de Seguridad y Salud de los Trabajadores, Brigadas de emergencia, etc. – son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa.			
8.2. Posee la compañía políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.			
8.3. Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos.			

DIALOGO Y PARTICIPACION

INDICADOR 9 COMPROMISO CON EL FUTURO DE LOS NIÑOS

En el tratamiento de la cuestión de combate al trabajo infantil, la empresa:

	SI	NO	EN PARTE
La compañía:			
9.1. Discute con otras compañías o presenta propuestas prácticas para el combate al trabajo infantil en su sector (o de manera general).			
9.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices.			
9.3. Considerando su papel social respecto a los aprendices, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación.			
9.4. Al cerrar el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.			



INDICADOR 10 COMPROMISO CON EL DESARROLLO INFANTIL

Considerando su contribución al desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
10.1. Ofrece programa específico para la salud de la mujer embarazada.			
10.2. Ofrece programa de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos).			
10.3. Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando la Libreta de Salud del Niño del Ministerio de la Salud.			
10.4. Promueve campañas de inmunización para empleados y sus dependientes por medio de vacunas que no ofrece la red pública de salud (por ejemplo, la vacuna contra gripe).			
10.5. Acompaña la inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (por medio de solicitud de comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con discapacidad).			
10.6. Tiene una política específica para empleados padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada.			
10.7. Plan de salud familiar;			
10.8. Guardería, conforme la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida;			
10.9. Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años;			
10.10. Facilita la utilización de la flexibilidad de horario de 2 horas de amamantación conforme la legislación en vigor.			

RESPECTO AL INDIVIDUO

INDICADOR 11 VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD.

Por reconocer la obligación ética de las compañías de combatir todas las formas de discriminación negativa y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad, la empresa:

	SI	NO	EN PARTE
11.1. Existe una política de valoración de la diversidad y no discriminación.			
11.2. La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el Código de Conducta y/o declaración de Valores de la empresa.			
11.3. Existe una política de dar oportunidades a discapacitados.			
11.4. Existe una política de dar oportunidades a jóvenes.			
11.5. Existe una política de dar oportunidades a mujeres.			
11.6. Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres			



RESPECTO AL INDIVIDUO

INDICADOR 12 COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCION DE LA EQUIDAD RACIAL.

	SI	NO	EN PARTE
12.1. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.			
12.2. Resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados negros.			
12.3. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios.			
12.4. La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial.			
12.5. La empresa tiene metas para promover la equidad racial en los procesos de admisión, promoción y entrenamiento en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas			
12.6. La política de promoción de la equidad racial y no discriminación garantiza la participación de negros (negros y pardos) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa			
12.7. La promoción de la equidad racial y no discriminación es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.			
12.8. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de los negros.			

RESPECTO AL INDIVIDUO

INDICADOR 13 COMPROMISO CON LA PROMOCION DE LA EQUIDAD DE GENERO

Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas, la compañía:

	SI	NO	EN PARTE
13.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.			
13.2. Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.			
13.3. La política prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.			
13.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios.			
13.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer.			



13.6. El plan de salud de la empresa contempla adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer.			
13.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas.			
13.8. La política de promoción de la equidad asegura la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.			
13.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres.			
13.10. La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral.			
13.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.			
13.12. Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.			
13.13. La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud.			
13.14. La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físicos y sexuales en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa.			
13.15. La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable.			

INDICADOR 14 RELACIONES CON TRABAJADORES TERCERIZADOS

En sus relaciones con trabajadores tercerizados y/o con los proveedores de esos servicios, la compañía:

	SI	NO	EN PARTE
14.1. El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores Tercerizados.			
La compañía:			
14.2. Integra los trabajadores Tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional.			
14.3. Posee un número de trabajadores Tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de contratados.			
14.4. Posee política de integración de los trabajadores Tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa.			

INDICADOR 15 POLITICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA.

En su política de remuneración, prestaciones y carrera, la compañía:

	SI	NO	EN PARTE
15.1. El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y figura en su código de conducta y/o en la declaración de valores.			
La compañía:			
15.2. Realizó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la compañía en relación al salario mínimo vigente.			
15.3. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones.			



El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:			
15.4. Se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable.			
15.5. Ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.			

TRABAJO DECENTE

INDICADOR 16 CUIDADOS CON LA SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO

Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
16.1. Ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.			
16.2. Ofrece programa específico para portadores de HIV/SIDA.			
16.3. Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.			
16.4. Prevé esa política la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA.			
16.5. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.			
16.6. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos			
16.7. Promueve ejercicios físicos en el horario laboral.			
16.8. Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.)			
16.9. Posee programa de orientación alimentaria y nutricional.			
16.10. Posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras.			
16.11. Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos.			

TRABAJO DECENTE

INDICADOR 17 COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD

Para desarrollar sus recursos humanos, la compañía:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
17.1. Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para abalizar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional.			
17.2. Mantiene programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.			
17.3. Posee programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse.			



17.4. Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados.			
17.5. Posee programas de asesoramiento sobre la planificación de carreras con el afán de auxiliar a los empleados a reflejar sobre sus funciones e identificación de objetivos en largo plazo.			
17.6. Considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento.			
17.7. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, trata de emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.			

INDICADOR 18 CONDUCTA FRENTE A DESPIDOS

Para conducir procesos de despidos, la compañía:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
18.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de ese indicador.			
18.2. Busca establecer diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal.			
18.3. Busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación.			
18.4. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que nortearon la decisión tomada.			

TRABAJO DECENTE

INDICADOR 19 PREPARACIÓN PARA LA JUBILACIÓN

Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
19.1. Ofrece programa de seguridad social complementario a todos sus empleados.			
19.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación.			
19.3. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los mayores.			



**MEDIO AMBIENTE
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, la compañía:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
20.1. La política ambiental es formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.			
20.2. Mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas.			
20.3. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.			
20.4. Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados.			
20.5. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de exploración ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)			
20.6. Tiene procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejoría de la calidad ambiental.			

INDICADOR 21 EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL

Con el objetivo de contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
21.1. Desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía.			
21.2. Desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en los 3RS.			
21.3. Desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente.			

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, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
22.1. Posee plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados regularmente para enfrentar tales situaciones.			
22.2. Posee política y sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la compañía como de sus contratados).			
22.3. Posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados post consumo.			
22.4. Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos.			
22.5. Discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios.			



22.6. La compañía prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental.			
22.7. Ha recibido avales de las normas ambientales como ISO14001.			

INDICADOR 23 SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL

Con el objetivo de contribuir a la conservación de las florestas y combatir la explotación ilegal y predatoria y proteger la biodiversidad de la compañía.

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
23.1. Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos madereros y forestales que utiliza.			
23.2. Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal.			
23.3. Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de las florestas.			

INDICADOR 24 MINIMIZACIÓN DE ENTRADAS Y SALIDAS DE MATERIALES

Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos, la compañía:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
24.1. Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.			
24.2. Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.			
La compañía tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:			
24.3. El aumento de la eficiencia energética.			
24.4. La reducción del consumo de agua.			
24.5. La reducción de generación de residuos sólidos.			
24.6. La reducción de emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera.			



PROVEEDORES

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

INDICADOR 25 CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Para regular sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
25.1. Incluye las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.			
25.2. Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general.			
25.3. Adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.			
25.4. Produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva.			
25.5. Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con visitas al entrenamiento y adecuación de sus criterios.			
25.6. Establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social.			
25.7. Al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas.			
25.8. Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente			
25.9. Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o fruto de robo de carga.			

INDICADOR 26 TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA PRODUCTIVA.

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
26.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil.			

INDICADOR 27 TRABAJO FORZADO (O ANÁLOGO AL ESCLAVO) EN LA CADENA PRODUCTIVA

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
27.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada.			
27.2. Antes de comprar o contratar un proveedor, trata de verificar si su nombre está en algún problema con instituciones gubernamentales.			



INDICADOR 28 APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES.

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
28.1. Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.).			
28.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo.			
28.3. Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de cualificación y de traspaso de tecnologías etc.).			
28.4. Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos estándares de suministro.			
28.5. Tiene política de compras que privilegian a proveedores con certificación socio ambiental (ISO 14000, etc.).			
28.6. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y prestación de cuentas.			
28.7. Posee la figura del "defensor" de proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con ellos			



**CONSUMIDORES Y CLIENTES
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, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
29.1. Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, bulas, 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.			
29.2. Llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.).			
29.3. Tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante de riesgo o falta de respeto.			
29.4. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.			
29.5. Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable.			
29.6. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infante juvenil.			
29.7. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.			

INDICADOR 30 EXCELENCIA DE LA ATENCIÓN

Respecto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:

La compañía	SI	NO	EN PARTE
30.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.			
30.2. Tiene un defensor del consumidor o función similar.			
30.3. Ofrece Servicio de Atención al Cliente u otra forma de atención al público especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.			
30.4. Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.			
30.5. Entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas.			
30.6. Advierte continuamente a su profesional de atención al público y áreas correlatas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios.			
30.7. Acompaña el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa.			
30.8. Al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente.			
30.9. Tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios.			
30.10. Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.			



30.11. Le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas.			
30.12. Le solicita al cliente tan solo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias.			
30.13. Provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización.			
30.14. Adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa.			

INDICADOR 31 CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTO Y SERVICIOS

Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
31.1. Mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.			
31.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis.			



**COMUNIDAD
RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL**

INDICADOR 32 GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO DE LA COMPAÑÍA EN LA COMUNIDAD DE ENTORNO

Considerando sus posibles impactos en la vida de la comunidad (demanda sobre centros de salud y recreación, guarderías, transporte público, tráfico de vehículos, etc.), la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
32.1. Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios.			
32.2. Adopta políticas de relaciones con la comunidad de entorno, contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores.			
32.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones.			
32.4. Contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).			
32.5. Tiene programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del local, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad, en cooperación con sindicatos, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes.			
32.6. Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente.			
32.7. Conciencia y entrena a sus empleados para respetar los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa.			
32.8. Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno.			
32.9. En caso de que actúe en regiones que lindan con comunidades y reservas indígenas, adopta la compañía políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones indígenas.			

I

INDICADOR 33 RELACIONES CON ORGANIZACIONES LOCALES

Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y equipos públicos (escuela, salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
33.1. Hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad.			
33.2. Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público.			



INDICADOR 34 FINANCIAMIENTO DE LA ACCIÓN SOCIAL

El financiamiento de la acción social de la compañía está basado en:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
34.1. Incluye la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica.			
34.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones financieras.			
34.3. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social.			
34.4. Planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo.			
34.5. Optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras compañías u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos.			
34.6. Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño			

INDICADOR 35 INVOLUCRAMIENTO CON LA ACCIÓN SOCIAL

Como forma de concretar su acción social, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
35.1. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.			
35.2. Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.			
Respecto a la gobernanza de la acción social, la empresa:			
35.3. Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa.			

INDICADOR 40 PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS SOCIALES GUBERNAMENTALES.

En su involucramiento con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
40.1. Adopta o desarrolla alianza con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria etc.			



**GOBIERNO Y SOCIEDAD
TRANSPARENCIA POLÍTICA**

INDICADOR 36 CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLÍTICAS

Respecto a la financiación de partidos políticos y de candidatos a cargos públicos, la compañía:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
36.1. La compañía tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras compañías, proveedores, distribuidores y otros aliados.			

INDICADOR 37 CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA POR LAS COMPAÑÍAS

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
37.1. Estimula a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos.			

INDICADOR 38 PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN Y ANTICOIMA.

En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
38.1. Prevé medidas correctivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.			
38.2. Posee política explícita de no apoyo y no participación en procesos que objetan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados).			

INDICADOR 39 LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL

Buscando ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales, la empresa:

La compañía:	SI	NO	EN PARTE
39.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.			
39.2. Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación de la mano de obra del sector en que actúa.			
39.3. Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica.			
40.2. Patrocina programa público o privado de beca escolar.			
40.3. Articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa.			

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



ANEXO 2 Remuneraciones del personal de oficina de ASFALTAR EP.

No.	Puesto Institucional	Regimen laboral al que pertenece	Grado jerárquico o escala al que pertenece el puesto	Remuneración mensual unificada	Sueldo hora	Dos horas
1	SUBGERENTE FINANCIERO	LOSEP	NJS3	\$ 2.588,00	\$ 16,18	\$ 32,35
2	RESPONSABLE DE MANTENIMIENTO Y ASFALTOS	LOSEP	COMISION SERVICIOS	\$ 1.676,00	\$ 10,48	\$ 20,95
3	COORDINADOR DE COMPRAS PUBLICAS	LOSEP	COMISION SERVICIOS	\$ 2.115,00	\$ 13,22	\$ 26,44
4	ASESOR JURIDICO	LOSEP	NJS3	\$ 2.588,00	\$ 16,18	\$ 32,35
5	DIGITADOR	LOSEP	SP APOYO 1 G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
6	ASISTENTE	LOSEP	SPI1G7	\$ 770,00	\$ 4,81	\$ 9,63
7	GERENTE	LOSEP	NJS6	\$ 4.508,00	\$ 28,18	\$ 56,35
8	RESPONSABLE DE SEÑALIZACION	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
9	DIGITADOR	LOSEP	SP APOYO 1 G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
10	COORDINADOR DE SISTEMAS	LOSEP	SP10G16	\$ 2.115,00	\$ 13,22	\$ 26,44
11	RESPONSABLE DE TALENTO HUMANO	LOSEP	SP6G12	\$ 1.412,00	\$ 8,83	\$ 17,65
12	GERENTE DE INGENIERIA	LOSEP	NJS5	\$ 3.798,00	\$ 23,74	\$ 47,48
13	RESPONSABLE DE COMPRAS PUBLICAS	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
14	ASISTENTE DE CONTABILIDAD	LOSEP	SPA1G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
15	ASISTENTE DE CONTABILIDAD	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
16	ASISTENTE/AYUDANTE/AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	LOSEP	SP APOYO 1 G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
17	ASISTENTE DE GERENCIA	LOSEP	SP1G7	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
18	LABORATORISTA	LOSEP	SPA2G4	\$ 600,00	\$ 3,75	\$ 7,50



19	BODEGA	LOSEP	SP APOYO 1 G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
20	INSPECTOR SUPERVISOR	LOSEP	SP2G8	\$ 900,00	\$ 5,63	\$ 11,25
21	GERENTE DE COMERCIALIZACION	LOSEP	SP10G16	\$ 2.100,00	\$ 13,13	\$ 26,25
22	CONTADOR	LOSEP	SP7G13	\$ 545,10	\$ 3,41	\$ 6,81
23	CONTADOR	LOSEP	SP7 G13	\$ 1.676,00	\$ 10,48	\$ 20,95
24	SUBGERENTE ADMINISTRATIVO	LOSEP	NJS3	\$ 2.588,00	\$ 16,18	\$ 32,35
25	RESPONSABLE DE GESTION INTERNA	LOSEP	SP6G12	\$ 485,40	\$ 3,03	\$ 6,07
26	ASESOR JURIDICO	LOSEP	SP12 G18	\$ 2.500,00	\$ 15,63	\$ 31,25
27	AUXILIAR DE APOYO (INGENIERIA CIVIL)	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
28	LABORATORISTA	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
29	RESPONSABLE DE DESPACHOS	LOSEP	SP1G7	\$ 600,00	\$ 3,75	\$ 7,50
30	GESTION DE VENTAS	LOSEP	SP5G11	\$ 544,94	\$ 3,41	\$ 6,81
31	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP7G13	\$ 1.676,00	\$ 10,48	\$ 20,95
32	RECEPCIONISTA	LOSEP	SP APOYO 1 G3	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
33	AUXILIAR DE APOYO (INGENIERIA CIVIL)	LOSEP	SP4G10	\$ 800,00	\$ 5,00	\$ 10,00
34	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP6G12	\$ 1.300,00	\$ 8,13	\$ 16,25
35	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	LOSEP	SPA2G4	\$ 622,00	\$ 3,89	\$ 7,78
36	GERENTE DE PRODUCCION	LOSEP	NJS5	\$ 3.798,00	\$ 23,74	\$ 47,48



37	DIGITADOR	LOSEP	SP4G10	\$ 585,00	\$ 3,66	\$ 7,31
38	INSPECTOR SUPERVISOR	LOSEP	SP2G8	\$ 900,00	\$ 5,63	\$ 11,25
39	SUBGERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO	LOSEP	SP12 G 18	\$ 2.500,00	\$ 15,63	\$ 31,25
40	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
41	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP7G13	\$ 1.676,00	\$ 10,48	\$ 20,95
42	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP7G13	\$ 1.676,00	\$ 10,48	\$ 20,95
43	SUBGERENTE DE COMUNICACIÓN	LOSEP	SP13 G19	\$ 2.967,00	\$ 18,54	\$ 37,09
44	SUPERVISOR	LOSEP	SP1G7	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
45	INGENIERO CIVIL	LOSEP	SP3G9	\$ 817,00	\$ 5,11	\$ 10,21
46	GERENTE ADIMINISTRATIVO FINANCIERO	LOSEP	NJS5	\$ 3.798,00	\$ 23,74	\$ 47,48
TOTAL DE REMUNERACIONES UNIFICADAS				\$ 67.038,44	\$ 418,99	\$ 837,98



ANEXO 3 Proforma Bailoterapia Grupo 1

N°	Puesto Institucional	Remuneración mensual unificada	Sueldo hora
1	SUBGERENTE FINANCIERO	\$ 2.588,00	\$ 16,18
2	COORDINADOR DE COMPRAS PUBLICAS	\$ 2.115,00	\$ 13,22
3	ASESOR JURIDICO	\$ 2.588,00	\$ 16,18
4	DIGITADOR	\$ 585,00	\$ 3,66
5	GERENTE	\$ 4.508,00	\$ 28,18
6	RESPONSABLE DE SEÑALIZACION	\$ 817,00	\$ 5,11
7	RESPONSABLE DE TALENTO HUMANO	\$ 1.412,00	\$ 8,83
8	GERENTE DE INGENIERIA	\$ 3.798,00	\$ 23,74
9	RESPONSABLE DE COMPRAS PUBLICAS	\$ 817,00	\$ 5,11
10	ASISTENTE DE CONTABILIDAD	\$ 585,00	\$ 3,66
11	ASISTENTE/AYUDANTE/AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	\$ 585,00	\$ 3,66
12	LABORATORISTA	\$ 600,00	\$ 3,75
13	BODEGA	\$ 585,00	\$ 3,66
14	INSPECTOR SUPERVISOR	\$ 900,00	\$ 5,63
15	CONTADOR	\$ 1.676,00	\$ 10,48
16	RESPONSABLE DE GESTION INTERNA	\$ 485,40	\$ 3,03
17	GESTION DE VENTAS	\$ 544,94	\$ 3,41
18	GERENTE DE PRODUCCION	\$ 3.798,00	\$ 23,74
19	SUBGERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO	\$ 2.500,00	\$ 15,63
20	INGENIERO CIVIL	\$ 817,00	\$ 5,11
21	INGENIERO CIVIL	\$ 1.676,00	\$ 10,48
22	SUBGERENTE DE COMUNICACIÓN	\$ 2.967,00	\$ 18,54
23	INGENIERO CIVIL	\$ 817,00	\$ 5,11
TOTAL DE REMUNERACIONES UNIFICADAS		\$ 37.764,34	\$ 236,03

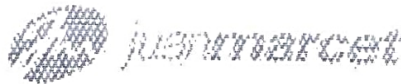


ANEXO 4 Proforma Bailoterapia Grupo 2

N°	Puesto Institucional	Remuneración mensual unificada	Sueldo hora
1	RESPONSABLE DE MANTENIMIENTO Y ASFALTOS	\$ 1.676,00	\$ 10,48
2	ASISTENTE	\$ 770,00	\$ 4,81
3	DIGITADOR	\$ 585,00	\$ 3,66
4		\$ 2.115,00	\$ 13,22
5	ASISTENTE DE CONTABILIDAD	\$ 817,00	\$ 5,11
6	ASISTENTE DE GERENCIA	\$ 585,00	\$ 3,66
7	GERENTE DE COMERCIALIZACION	\$ 2.100,00	\$ 13,13
8	CONTADOR	\$ 545,10	\$ 3,41
9	SUBGERENTE ADMINISTRATIVO	\$ 2.588,00	\$ 16,18
10	ASESOR JURIDICO	\$ 2.500,00	\$ 15,63
11	AUXILIAR DE APOYO (INGENIERIA CIVIL)	\$ 817,00	\$ 5,11
12	LABORATORISTA	\$ 817,00	\$ 5,11
13	RESPONSABLE DE DESPACHOS	\$ 600,00	\$ 3,75
14	INGENIERO CIVIL	\$ 1.676,00	\$ 10,48
15	RECEPCIONISTA	\$ 585,00	\$ 3,66
16	AUXILIAR DE APOYO (INGENIERIA CIVIL)	\$ 800,00	\$ 5,00
17	INGENIERO CIVIL	\$ 1.300,00	\$ 8,13
18	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	\$ 622,00	\$ 3,89
19	DIGITADOR	\$ 585,00	\$ 3,66
20	INSPECTOR SUPERVISOR	\$ 900,00	\$ 5,63
21	INGENIERO CIVIL	\$ 1.676,00	\$ 10,48
22	SUPERVISOR	\$ 817,00	\$ 5,11
23	GERENTE ADIMINISTRATIVO FINANCIERO	\$ 3.798,00	\$ 23,74
TOTAL DE REMUNERACIONES UNIFICADAS		\$ 29.274,10	\$ 182,96



ANEXO 5 Proforma Juan Marcet



RUC : 0990021058001
TLF. ALMACEN: 072810112-072883725
TLF. MATRIZ: 2324444-2322990
PROFORMA No. 15444
Emisión:

CLIENTE : GARCIA SILVIA
DIRECCION: MANUEL CORRAL Y AV. LAS AMERICAS
TELEFONOS: 0985093159
ATENCIÓN: SRTA. SILVIA GARCIA
FECHA: 10/10/2016
FECHA VIG.: 15/10/2016
VENDEDOR : CUENCA
DESC. SOLIC.:

Table with columns: CODIGO, DESCRIPCION, CANT., P.UNIT., \$DESC, TOTAL. Includes items like PANEL DE CORCHO TECNICAS 75X100CMS. C/RESPALDO and BORRADOR SUMAG P. FIGARRA 15X5CM.

Handwritten signature of Juan Marcet
RESPONSABLE
CARGO

ANEXO 6 Proforma Coral Hipermercados

PROFORMA No.:000089586
CODIGO CLIENTE: 999999916 FECHA: 06/10/2016
NOMBRE: GABRIELA VASQUEZ
DIRECCION:
HORA: 16:18:01
58PES06 SILLA CONFORT AZUL @ 12.00 UNIDAD 5.7611 .00 .00 69.13
58PES02 SILLA CONFORT BLANCO @ 12.00 UNIDAD 5.7611 .00 .00 69.13
X5570UY TOMATODO PHV GRIS 90127P0 @ 45.00 UNIDAD 1.6380 .00 .00 73.71

DOSIENTOS CUARENTA Y UNO .65/100 DOLARES
CONTADO: .00
211.97 .00 211.97 14 29.68 .00 241.65

CORALHIPERMERCADOS: SUCURSAL CORALCENTRO
Av. Americas 6-110 Sector Sur, Edif. CORALCENTRO,
Telefonos: 2887230-2887070-2887766-2882594
coralame@gerardoortiz.com / ebustana2010@hotmail.com
CUENCA-ECUADOR
Firma:

ECON. EDWIN BUSTANANTE (ADMINISTRADOR)



ANEXO 7 Proforma Gran Akí

CORPORACIÓN FAVORITA C.A.

Nro. de pedido: 448391627414357

(Pedido válido hasta: 2016-10-06)

Datos del cliente:

Documento: 0105358246

Nombre: VASQUEZ REMACHE ANGELICA GABRIELA

Teléfono: TD: SN - TT: SN - TC: SN

Email:

Elaborado por: 448 - TOTORACOCHA

Administrador local: Eugenio Carrera Q.

Valor abono inicial: 0.00

Datos del contacto:

SIN CONTACTO

Lugar y fecha: CUENCA, 2016-09-30

Teléfono local: 072863263

Valor abonado: 0.00

(No enviado al CD)

Detalle del pedido (I: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso KG.	V.unit	V.unit.IVA	Tot. bruto Inc. IVA	Tot. neto Inc. IVA
1	7861057603629	EMAC FUNDA BASURA AZUL, 58x71, 100	5		0.70	0.80	3.99 I	3.76
2	7861057603636	EMAC FUNDA BASURA NEGRA, 58x71, 100	5		0.70	0.80	3.99 I	3.76
3	7861057608211	PRAKTI BIO FUNDAS DESECHO MEDICOS, X10 u, 80	5		1.06	1.21	6.04 I	5.76
4	7862115682112	SILLA PINTA BLANCA, UNID, 1	24		6.72	7.66	183.86 I	174.56
							TOTAL A PAGAR:	187.84

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

Detalle de los descuentos sin IVA

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	DESCUENTO
Por 5-5 Mayorista (Incluido por artículo)	---	8.81
T. DESCUENTO:		8.81

RESUMEN TRIBUTARIO

SUBTOTAL BRUTO SIN IVA:	173.58
(-)DESCUENTO:	8.81
SUBTOTAL NETO:	164.77
TARIFA 0%:	0.00
TARIFA 14.0%:	164.77
14.0% IVA:	23.07
COSTO FLETE:	0.00
TOTAL:	187.84

ANEXO 8 Proforma Comercial Salvador Pacheco Mora

COMERCIAL SALVADOR PACHECO MORA SA Dir Matriz: LUIS CORDERO 9-70 Y GRAN COLOMBIA Diagonal a Cosace Dir Sucursal: LUIS CORDERO 9-70 3257	R.U.C.: 0190048365001 COTIZACION - PREFORMA 22 FECHA: 29/09/2016
---	--

Razón Social / Nombres y Apellidos: 2669933 - GARCIA RUILOVA SILVIA JAQUELINE RUC / CI: 0704858042
 Fecha Emisión: 29/09/2016

Código	Descripción	Cantidad Cjas	Cantidad Uds.	Precio Unidad	Dscto.	Precio Total
SA00757	SILLA PORTUGAL BLANCA	24	0	7.39	17.74	181.97
SA01304	TACHO MAGNATE 50 LTS AZUL	2	0	11.43	1.14	24.76
SA01303	TACHO MAGNATE 50 LTS ROJO	2	0	11.43	1.14	24.76
SA01302	TACHO MAGNATE 50 LTS NEGRO	2	0	11.43	1.14	24.76

Patricia Guzmán 2842388 & 113

Información Adicional	
Dirección: MANUEL CARRIO Y AV LAS AMERICAS	
Provincia: AZUAY	Canton: CUENCA Parroquia: CUENCA
Telefono: 0985093159	Email: silvigarcia15@hotmail.com
Vendedor: YPGA VENDEDOR MATRIZ	Factura Vence: 29/09/2016
Cliente: 190-1	Forma de Pago: COTIZACION
Sector: Sin Clasificar	Contado

SUBTOTAL	%	245.94
SUBTOTAL 0%		0.00
DESC. SUBTOTAL	%	21.17
DESC. SUBTOTAL 0%		0.00
BASE IMPONIBLE	%	224.78
BASE IMPONIBLE 0%		0.00
TOTAL BASE IMPONIBLE		224.78
IVA	%	31.47
VALOR TOTAL		256.24



ANEXO 9 Proforma Papelería Monsalve

Papelería Monsalve Cia. Ltda.

Matriz: Camino del Tejar 4-88 y Pelileo - Cuenca Telf. 285-8800
Sucursal: Luis Cordero 10-24 y Gran Colombia - Cuenca Telf. 284-2206
RUC: 0190097595001 Ref:CS-2-38522


PROFORMA

Caja: 4 PF- 001-011-000001646
Cliente: 0704858042 Telf. 0985093159
Nombre: silvia garcia
Direccion: av las americas y manuel corrales
Cuenca, 29 sep 2016 11:25:49 CONTADO

Table with columns: Item, Descripcion, PUnid x Cant, Total. Includes items like PIZARRON 1.20X 1.00 BOSS CUADR, MARCADOR PELIKAN PIZARRON 426, PAPEL BOND A-4 75 GR X500 NAVI, and ESFERO AZUL PF X CAJA 24 UNID B (diana4). Summary rows show Subtotal 0%, 14%, Descuento, Iva 14%, and Total USD: 74.37.





ANEXO 10 Proforma Talleres




Talleres 19'95
Equipos de Seguridad Industrial e Incendios

**VENTA Y MANTENIMIENTO DE
EXTINTORES**
ROPA DE TRABAJO - SELLOS MECANICOS

Av. España 4-62 y sevilla
e-mail: talleres_1995@hotmail.com
Telefax: 2869406 / 2863819/ 4213375
0958717476 / 0995514799
www.talleres1995ec.com
Cuenca -Ecuador





The Safety Company




ILLESCAS SANMARTIN ISABEL ANTHONELLA
RUC: 0105730790001

PROFORMA 001-001-08081601

Fecha:	27 de Agosto de 2016	Ruc:		VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 DIAS
Att:	compras	Telefono:		
Empresa	Srta Gabriela Vsquez	Ciudad:	cuenca	
Dirección :	Cuenca			

ÍTEM	CANT.	DESCRIPCION	FOTO DEL PRODUCTO	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
1	15	mascarillas 3M de fabricacion USA		0,98	14,7
2	15	taponos desechables 3M USA		0,3	4,5
3	15	casco 3M USA		16	240
4	15	chalecos fabricado en tela poliester color tomate con cinta reflectiva		\$19,00	285,00
		se puede ofrecer alternativas pero no cumplen normas solicitadas			
				Total	544,20
				Descuento 1	
				Total	\$ 544,20
				Iva	\$ 76,19
				Total	\$ 620,39

GARANTIA: SI
Tiempo de Entrega: 1 Dia chalecos 3 dias
FORMA DE PAGO: Contra Entrega
SERVICIO A DOMICILIO
Gracias por permitirnos presentar nuestra oferta.



TALLERES 19'95

Ing. Isabel Anthonella Illescas
072869406 / 074213375 / 2863819
0958717476-0995514799

ANEXO 11 Base de Datos Servicio de Rentas Internas (SRI)

N° RUC	RAZON SOCIAL	TAMAÑO	DIRECCIÓN		
0160050450001	EMPRESA PUBLICA DE ARIDOS Y ASFALTOS DEL AZUAY, ASFALTAR EP	Grande	-		
0190021831001	FOPECA S.A.	Grande	-		
1790059111001	HIDALGO E HIDALGO S.A	Grande	-		
0190385043001	ASFALTOS & CONCRETOS EOM CIA. LTDA	Mediana A	PANAMERICANA NORTE	S/N	LLACAO
0190396592001	CONSORCIO GUALACEO-LIMON	Mediana A	ALTIPLANO	HUALCOPO	TOTORACOCHA
0791773326001	CONSORCIO AUSTRAL	Mediana B	VIA AL SIGSIG	S/N	SIGSIG
0190360946001	MICRO EMPRESA ASOCIATIVA RIO LEON	Microempresa	VIA PRINCIPAL A NABON	S/N	NABON
0190360997001	ASOCIACION DE CONSERVACION VIAL SARAYUNGA	Microempresa	GIRON PASAJE	S/N	PUCARA
0190366715001	MICROEMPRESA ASOCIATIVA UNION DE PUEBLOS	Microempresa	VIA A SAN FERNANDO	S/N	SAN FERNANDO
0190382605001	DIEGO LIZANDRO VERDUGO CIA. LTDA.	Microempresa	MARISCAL LAMAR	25-50	AV DE LAS AMERICAS
0190390896001	ASOCIACION DE CONSERVACION VIAL SUSUDEL	Microempresa		OÑA	SUSUDEL
0190391043001	ASOCIACION DE CONSERVACION VIAL SEVILLA DE ORO	Microempresa			SEVILLA DE ORO
0190398633001	CONSORCIO AZUAY C.T.	Microempresa	PANAMERICANA NORTE	S/N	SIDCAY
0190403009001	ASOCIACION DE CONSERVACION VIAL SAYAUSI	Microempresa	VIA CUENCA MOLLETURO	S/N	SAYAUSI



UNIVERSIDAD DE CUENCA

0190403289001	HIERBA BUENA CENTRO	Microempresa	VIA A HIERBABUENA	S/N	MOLLETURO
0190408124001	IPHYA-INGENIEROS CIA. LTDA.	Microempresa	CARLOS ARIZAGA VEGA	S/N	SAN JOAQUIN
0991507760001	SOCIEDAD DE NEGOCIOS SONEGO S.A.	Microempresa			CAMILO PONCE ENRIQUEZ
0101699684001	CABEZAS PEÑAFIEL EDWIN	Microempresa	LUSPA	S/N	MACHANGARÁ
0102571858001	ANDRADE CRESPO JUAN DIEGO	Microempresa	AV. FRAY VECENTE SOLANO	4-101	AV. DEL ESTADIO
0102777976001	MALDONADO VINTIMILLA CARLOS SANTIAGO	Microempresa	AV. PRIMERO DE MAYO	S/N	ALFONSO JARAMILLO LEON
0103496220001	SALAZAR JIMENEZ DENNIS SEBASTIAN	Microempresa	MEDARDO ANGEL SILVA		HUAYNACAPAC
0190407802001	CONSORCIO JERCON	Pequeña	DANIEL BRITO	S/N	LEON FEBRES CORDERO
0190412547001	CONSORCIO D&M	Pequeña	EUDORO MOSCOSO SERRANO	S/N	LA VERBENA
0190412717001	LOPEZ Y LOPEZ	Pequeña	MANUEL RADA	S/N	CACIQUE DUMA
0101669851001	PARRA PEREZ MANUEL MESIAS	Pequeña	JULIO JARAMILLO	S/N	CAMINO MIRAFLORES A

ANEXO 12 Certificado de aceptación del Plan de RSE



Cuenca, 09 de Noviembre de 2016

**ECO. RUBEN BENITEZ, GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA PUBLICA
DE ARIDOS Y ASFALTOS DEL AZUAY, ASFALTAR EP.**

CERTIFICA

Que la empresa ASFALTAR EP., cuenta con los recursos necesarios para llevar acabo la propuesta del Plan de Responsabilidad Social Empresarial presentado por Silvia Jakeline García Ruilova con C.I. 0704858042 y Angélica Gabriela Vásquez Remache con C.I. 0105358246, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rubén Benítez Arias', is written over a large, faint circular stamp or watermark.

**Eco. Rubén Benítez Arias
GERENTE GENERAL**





BIBLIOGRAFÍA

ADEC, A. d. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES*. Asunción, Paraguay: Projectarse. Gabinete de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

Alcance de la Responsabilidad Social de las Empresas en los países en desarrollo . (2004). *La publicación de información sobre la repercusión de las empresas en la sociedad* (págs. 63-64). Nueva York: Publicación de las Naciones Unidas .

Asamblea General. (13 de Octubre de 2011). Ley Orgánica de Empresas Públicas. *LOEP*. Quito, Pichinca, Ecuador. Obtenido de <http://www.cpccs.gob.ec/docs/normativaDocs/666.pdf>

Asamblea Nacional. (15 de Septiembre de 2016). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Mandato-Constituyente-No.-8.pdf>

ASFALTAR EP. (27 de julio de 2016). *ASFALTAR EP*. Obtenido de <http://www.asfaltarep.gob.ec/www/index.php/home>

CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (2008). *El ABD de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Quito: Mantis Comunicación.

Consejo Provincial del Azuay. (17 de Septiembre de 2010). Ordenanza de creación de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES. (2008). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial*. Quito: Mantis Comunicación Carlos Salvador.

DESUR, D. r. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones*. <http://www.desur.eu/>.

Diputación Foral de Bizkaia. (09 de 05 de 2016). *RSC Bizkaia*. Obtenido de [http://www.xertatu.net/fitxategiak/dokumentuak/up/WEB_RSC_\(4.1_Alcan ce\).pdf](http://www.xertatu.net/fitxategiak/dokumentuak/up/WEB_RSC_(4.1_Alcan ce).pdf)



Ethos, I. (09 de Mayo de 2016). *Instituto Ethos*. Obtenido de <http://www3.ethos.org.br>

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. (2011). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Brasil.

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (3 de Diciembre de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info9.pdf>

JUAN FELIPE CAJIGA CALDERÓN. (28 de MAYO de 2016). CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPIA*, 4. Obtenido de CEMEFI: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de Mercados*. México, Pearson Educación .

Real Academia Española. (02 de Julio de 2016). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Construcción: <http://dle.rae.es/?id=AS1j177>

ROCHA, M. P. (2013). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. En M. P. ROCHA, *TRES PARADIGMAS EN LA COOPERACION PÚBLICO PRIVADA Y SUS PROPUESTAS PARA LA TRANSICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL AL DESARROLLO INTEGRAL LOCAL* (págs. 20-21). BUENOS AIRES: LID EDITORIAL EMPRESARIAL.

UNIVERSIDAD DE PALERMO. (MAYO de 29 de 2016). Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=115&id_articulo=5123

V., B. V. (2011). *Ethics and Social Responsibility*. New Delhi, India: PHI learning Pvt. Ltd.



DISEÑO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

SELECCIÓN Y DELIMITACION DEL TEMA DE INVESTIGACION

- **CONTENIDO:** PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.
- **APLICACIÓN:** EMPRESA PÚBLICA DE ÁRIDOS Y ASFALTOS DEL AZUAY. ASFALTAR EP
- **ESPACIO:** AZUAY, CAÑAR.
- **PERIODO:** 2015-2016

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENFOCADA EN LAS EMPRESAS DE MANEJO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTRO DE MEZCLA Y HORMIGÓN ASFÁLTICO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY. PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA ASFALTAR EP. PERIODO 2015-2016”

1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad social empresarial es un tema que enfoca el papel que deben desempeñar las empresas en la realización de sus actividades, manifestando la voluntad de actuar responsablemente de acuerdo al interés social, adjudicándose su responsabilidad no solo para sus accionistas, sino también para los grupos de interés.

En la actualidad, la globalización es una oportunidad para promover la responsabilidad social empresarial, debido a que las organizaciones expanden sus negocios, por lo que esta responsabilidad, se convierte en algo estructural entre empresa y sociedad, dependiendo en gran medida de que las actividades institucionales tengan una aportación clara de valor a la misma así como para la sociedad en la cual desarrolla su campo de acción.



La factibilidad de la investigación radica en la disposición de información necesaria y oportuna proveniente de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay que se dedica a la producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico; adicional a la clara predisposición de mejora continua que tiene la empresa con temas relacionados a responsabilidad social empresarial que ayude a mejorar su productividad. La realización de esta investigación favorecerá a la empresa a tener un mayor enfoque en este tema y permitirá la realización del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales, como punto central de aplicación práctica.

2. BREVE DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Esta investigación estará enfocada en las actividades de responsabilidad social empresarial realizadas por las empresas que se dedican a la producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico del Azuay ya sean estas de carácter público o privado, cuyo periodo de estudio está comprendido entre los años 2015 – 2016 y posteriormente se desarrollará una propuesta de responsabilidad social empresarial para ASFALTAR EP., cuya planta estuvo localizada en Uzhupud, Gualaceo hasta marzo 2016; ahora, la planta se encuentra ubicada en la Provincia del Cañar, en el Sector de Rayoloma, Parroquia Javier Loyola.

La empresa ASFALTAR EP., está constituida como sociedad de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión; sujeta al ordenamiento jurídico legal de la República del Ecuador, en general, y en especial a la Ley Orgánica de Empresas Públicas; para el cumplimiento de su objeto y objetivos, cumplirá el régimen especial de gestión de talento humano, contratación,



mecanismos asociativos y de expansión y desarrollo, económico, de financiamiento, sistemas de información, control y auditoría de la Ley Orgánica de Empresas Públicas.²⁴

La Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP., tiene por objeto:

- a. La explotación de material de cantera.
- b. Producción, comercialización y suministros de mezcla u hormigón asfáltico, pétreos, agregados limpios (trituradores), y base granular clase A y B.
- c. Tendido y/o colocación de carpeta asfáltica.
- d. Doble tratamiento superficial bituminoso.
- e. Bacheo asfáltico.
- f. Diseños de mezclas asfálticas, y,
- g. Ensayos de laboratorio en general para suelos.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En Ecuador la responsabilidad social empresarial había sido considerada una filantropía, ya que las empresas realizan donaciones, asistencia social, caridad, para demostrar su preocupación por la sociedad, motivo por el cual se están enfatizando en políticas para la aplicación de planes de responsabilidad social empresarial en las diferentes empresas del país, conceptualizando por lo tanto de una manera más holística e integral.

Las empresas que se dedican a la producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico deben estar actualizadas en temas relacionados a RSE debido a su actividad comercial ya que la producción de este material ocasiona diversas inconformidades con las comunidades colindantes.

²⁴ Ordenanza de creación de la Empresa Pública de Áridos y Asfaltos del Azuay, ASFALTAR EP. 17 de septiembre 2010.



Es indispensable que la empresa ASFALTAR EP., disponga de un plan de responsabilidad social empresarial para la planta de producción localizada Uzhupud, Gualaceo hasta marzo 2016; ahora, la planta se encuentra ubicada en la Provincia del Cañar, en el Sector de Rayoloma, Parroquia Javier Loyola. Para evitar conflictos entre la comunidad y la misma, ya que estos acontecimientos afectan la armonía de las partes y a su vez ocasiona disminución de la capacidad productiva y la competitividad de la empresa.

4. DETERMINACION DE LOS OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la responsabilidad social empresarial enfocada en las empresas de manejo de producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay. Proponer el diseño de un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa ASFALTAR EP., periodo 2015-2016.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fundamentar los conceptos para analizar y diseñar un plan de responsabilidad social empresarial.
2. Analizar y evaluar el nivel de gestión de la responsabilidad social empresarial en las empresas de producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay.
3. Analizar la situación actual de la Empresa Pública de Áridos y Asfalto de Azuay, ASFALTAR EP., con respecto a responsabilidad social empresarial.
4. Diseñar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa ASFALTAR EP.



5. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

“La responsabilidad social empresarial desde una perspectiva ética se define como el compromiso auditable de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su desempeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social, acompañado de la protección ambiental. Manifestando que la ética se presenta como el conjunto de valores morales que orientan la construcción de una vida valiosa permitiendo afrontar con coraje los retos de la vida. El objetivo es contribuir a formar el carácter moral de los participantes y dar fundamento sólido a la generación de una cultura organizacional de responsabilidad social.” (MARINEZ HERRERA, 2010).

“Desde el surgimiento de la actividad empresarial a finales de siglo XIX y muy especialmente como consecuencia de las recientes crisis, se ha cuestionado el papel de la empresa en la sociedad. Para muchos su rol es ganar dinero producir bienes y servicios, crear empleos, pagar impuestos y no hacer daño. Para otros su papel incluye preocuparse por el bienestar de la sociedad. Y la visión que cada vez prevalece más es que estas posiciones no solo son mutuamente excluyentes sino que, de hecho, se refuerzan unas a otras. Se presenta un análisis sobre el papel de la empresa desde el punto de vista histórico y considera su situación en América Latina, se discuten las diferentes posiciones sobre su rol en la sociedad. Analiza cuáles deben ser las responsabilidades de la empresa para mejorar este valor, hasta donde llegan y el papel de los mercados en promoverlas o limitarlas”. (PEINADO-VARA, 2011).



5.1. MARCO TEÓRICO

RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

El término desarrollo sostenible, fue introducido por primera vez en el documento conocido como informe Brundtland (1987), debido a los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas lo cual se asumiría en Principio 3 de la Declaración del Rio en 1992: “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”²⁵

En la actualidad es necesario que las empresas interactúen con su entorno generando sensibilización y apertura permitiéndole permanecer a lo largo del tiempo, ya que es capaz de crear valor para sí misma, como para los grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial se puede definir como el compromiso voluntario que tienen las organizaciones para responder a los problemas de su entorno, identificando las necesidades sociales, económicas y ambientales mediante la definición de sus estrategias y políticas así como de los procesos operativos con sus stakeholders, para así lograr reconocimiento y a su vez la aceptación.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ECUADOR

“En Ecuador, las empresas se encuentran en un proceso de transformación con respecto al rol que desempeñan con la sociedad. En 1998 la Fundación Esquel Ecuador, pionera en promover la responsabilidad social, conjuntamente con organizaciones de París y el Synergos Institute de Estados Unidos crean el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (Ceres), y en el año 2005 se constituye esta ONG, como miembro de la

²⁵ Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland):Nuestro Futuro Común



Red de Fórum Empresa”. (CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, 2008).

Un estudio del Ceres, demostró que 8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSE, ya que muchas veces se confunde el significado de RSE como filantropía e identificando esto como una actividad propia de gente con poder, y en el caso de las empresas, como una acción de marketing. (CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, 2008). Pero en Ecuador existen algunos casos de empresas que han adoptado a la responsabilidad social empresarial como una estrategia, misma que les puede llevar a alcanzar un reconocimiento de calidad e identificación social además de que pueden obtener un beneficio económico; algunas de estas empresas son:

- Ecuador Botting Company (Coca Cola)
- Pronaca
- Banco de Guayaquil
- Palmeras del Ecuador S.A.
- Holcim Ecuador
- Nestlé Ecuador
- Supermercados la Favorita C.A.
- Yambal Ecuador S.A.

LOS 5 VERTICES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.



GRÁFICO 36

FUENTE: Instituto de Responsabilidad Social Empresarial

1. VÉRTICE 1. VALORES Y PRINCIPIOS.

1.1. PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

- 1.1.1. LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA.- Una sociedad justa puede ser realizada en base al respeto de la dignidad de la persona humana ya que este representa el fin de la sociedad.
- 1.1.2. EL BIEN COMÚN.- Es el conjunto de condiciones de la vida de la sociedad lo que hace posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros, el logro pleno de perfeccionamiento.
- 1.1.3. LA SOLIDARIDAD.- Es la determinación firme de empeñarse para el bien común, es decir, el bien para todos y cada uno lo que nos permita ser verdaderamente responsables, pretendiendo la igualdad en dignidad y derechos.
- 1.1.4. LA SUBSIDIARIEDAD.- Todas las sociedades de nivel superior deben lograr una actitud de ayuda y de apoyo con relación a sociedades reconocidas como menores.

1.2. VALORES BÁSICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.



1.2.1. LA VERDAD.- la convivencia de los seres humanos es ordenada, fecunda y conforme a su dignidad de personas, cuando se funda en la verdad.

1.2.2. LA LIBERTAD.-Todas las personas están en el derecho de ser reconocidas como libres y responsables, ejercer la libertad es una exigencia de la dignidad de las personas.

1.2.3. LA JUSTICIA.- Dar a cada uno lo que le corresponda, reconociendo a otros como personas, buscando la equidad.

2. VÉRTICE 2. OBJETIVOS Y METAS DEL MILENIO

En la cumbre celebrada en la ciudad de Nueva York, septiembre (2000), contó con la presencia de varios de los jefes de estado que pertenecen a la ONU, donde se manifestó su compromiso por construir un mundo más pacífico, justo y próspero enfatizando en valores de libertad, igualdad, solidaridad y sobre todo la responsabilidad ante la humanidad, donde se manifiestan los siguiente objetivos.

- La erradicación de la pobreza extrema y el hambre
- Educación básica para todos
- Igualdad de oportunidades para el hombre como para la mujer
- Reducir los niveles de mortalidad infantil
- Asegurar un medio ambiente sano y seguro
- Lograr una sociedad global para el desarrollo

3. PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL

El 26 de julio de 2000 en el Foro de Economía Mundial se oficializó el acuerdo donde constaba de 1300 empresarios que formaban parte de las corporaciones más importantes a nivel mundial, llamado Global Compact, donde se manifestó hacer de la economía mundial algo sostenible aplicando los siguiente principios.

3.1. DERECHOS HUMANOS



Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar los derechos humanos reconocidos internacionalmente

Principio 2. Las empresas deben asegurar su NO participación en la violación de esos derechos humanos.

3.2. DERECHOS LABORARES

Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de todo trabajo forzado y coercitivo

Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación efectiva del trabajo infantil

Principio 6. Las empresas deben apoyar la equidad y la justicia en las remuneraciones y la eliminación de todo tipo de discriminación.

3.3. PROTECCIÓN MEDIO AMBIENTAL

Principio 7. Las empresas deben adoptar una práctica de acciones preventivas ante los desafíos ambientales.

Principio 8. Las empresas deben impulsar iniciativas que promueven la mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9. Las empresas deben incentivar el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientales sustentables.

3.4. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Principio 10. Las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, inclusive la extorsión.

4. NORMA 26000 DE RS.

Esta es una norma internacional que no se puede certificar, se desarrolla utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas, forma parte de la RSE de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, están involucradas en diversos aspectos de la responsabilidad social. Los grupos pertenecen a distintas partes interesadas consumidores; gobierno; industria; trabajadores; organizaciones no gubernamentales, ONG y servicios de



apoyo, investigación, academia y otros. Se toman disposiciones específicas para lograr un equilibrio en los grupos, entre los países en desarrollo, así como un equilibrio de género.

ENFOQUE HOLÍSTICO

- Gobernanza de la organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medio ambiente
- Practicas justas de operación
- Asuntos de los consumidores
- Participación activa y desarrollo de la comunidad

5. SISTEMA DE GESTIÓN SGE 21

La norma de empresa SGE 21 es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

Este sistema ha sido elegido por las empresas multinacionales de primera línea como por pequeña y mediana empresa. Parte de un modelo como los de calidad y medioambiente, a los que enriquece a través de una visión de multistakeholder. (INSTITUTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, 2016).

ÁREAS DE GESTIÓN EN LA SGE 21



ÁREAS DE GESTIÓN SGE 21	EXPLICACIÓN
Alta dirección	<p>Pretende, fundamentalmente, impulsar el cambio organizativo mediante la elaboración de un plan de Responsabilidad. El establecimiento de una Política de Gestión Ética y responsabilidad Social, un Código de Conducta, una Política Anticorrupción y la creación de un comité de ética/responsabilidad social que garantice el cumplimiento de compromisos adoptados.</p>
Clientes	<p>El objetivo es velar por la honestidad de la relación comercial y garantizar las características del producto velando por la satisfacción del cliente. La protección de públicos vulnerables, la accesibilidad de los productos o servicios ofrecidos y la incorporación de criterios de Responsabilidad Social.</p>
Proveedores	<p>Las organizaciones definirán unos criterios de compra responsables en base a los cuales evaluarán y seleccionarán a sus proveedores. En la medida de lo posible se pretende que las organizaciones responsables fomenten buenas prácticas entre sus proveedores.</p>
Personas que integran la organización	<p>Partiendo del cumplimiento de los Derechos Humanos y pasando por aspectos como la igualdad, conciliación, salud, seguridad laboral y la formación, estableciendo un entorno de trabajo de calidad que genere una motivación, la retención de talento y de bienestar de las personas.</p>
Entorno social	<p>Destaca la importancia de conocer y evaluar los impactos, tanto positivos como negativos, que la organización genera en su entorno social así como la transparencia en las relaciones con el mismo.</p>
Entorno Ambiental	<p>El compromiso de prevención de la contaminación, gestión de los impactos ambientales asociados a la actividad y la</p>



	comunicación de los indicadores ambientales de la organización.
--	---

CUADRO 1 FUENTE: INSTITUTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

PASOS PARA DESARROLLAR UN PROGRAMA DE RSE.

Para desarrollar un programa de responsabilidad social empresarial se deben seguir una serie de pasos:

- Contar con el apoyo de la gerencia es primordial.
- Realizar un inventario y autodiagnóstico de RSE, así se obtendrá una línea base para poder elaborar distintas estrategias y el plan de RSE.
- Involucrar a las partes interesadas, la empresa debe comprender como los individuos pueden verse afectados por las decisiones y acciones empresariales y de esta forma poder identificar sus intereses. Los grupos de intereses pueden ser :
 - Accionistas
 - Colaboradores
 - Proveedores
 - Clientes
 - Comunidad
 - Medio ambiente
 - Gobierno
 - Sociedad Civil
- Definir la estrategia de responsabilidad social, misma que debe ser tanto a mediano y largo plazo y todos los colaboradores de la empresa deben tener conocimiento de la o las estrategias. Estas estrategias deben buscar un equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales.
- Elaborar el plan de responsabilidad social empresarial, este debe constar de acciones concretas, priorizando las más relevantes y se debe evaluar el impacto de las mismas. Se debe identificar a los



responsables, definir etapas y plazos. (Retos y factores de la responsabilidad social empresarial, 2016).

5.2. MARCO CONCEPTUAL

Responsabilidad social. Es la obligación o compromiso que los miembros de una comunidad.

Responsabilidad. “Es un valor que está en la conciencia de las personas lo que le permiten reflexionar, administrar, orientar y valor las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral. El sentido de la responsabilidad se adquiere a través de la experiencia y la práctica, ya que la persona deberá tomar decisiones en conciencia, ponderando el valor de lo que se quiere conseguir y las consecuencias que puede acarrear, asumiéndolas”. (MODELO DE DESARROLLO MODERNA ECONÓMICA DE NAVARRA, 2016)

Sociedad Civil. “La idea de sociedad civil, de este modo, se vincula a la agrupación de individuos que desarrollan actividades en la esfera privada. El concepto, sin embargo, puede entenderse de diversas formas”. (DEFINICIÓN, 2016)

Parte interesada. Persona o grupo de personas a quienes les interesan las decisiones de la empresa.

Stakeholders: “Los Stakeholders es un individuo o grupo de individuos que tienen intereses directos e indirectos en una empresa que puede ser afectado en el logro de sus objetivos por las acciones, decisiones, políticas o prácticas empresariales, ya que estas tienen obligación moral con la sociedad y estas obligaciones se conoce como responsabilidad social empresarial”. (NEYRA, 2016).

En este grupo de Stakeholders están incluidos tanto los accionistas como los llamados clientes externos: clientes propiamente dichos y en general la comunidad que de una u otra forma se ve afectada con las acciones u

omisiones de la empresa. Se incluyen, así mismos, los trabajadores, empleados, operarios, directivos entre otros.

Grupos de interés: “Se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directamente o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directamente o indirectamente el desarrollo de estas”. (Freeman, 2016)

6. CONSTRUCCION DE VARIABLES E INDICADORES

Para las variables e indicadores se utilizará los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, del Instituto Ethos, que son una herramienta que ha ayudado enormemente a las empresas en el sentido de permitir que incorporen en su gestión los conceptos y sus compromisos con el desarrollo sostenible.

INDICADOR 1. VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

- Compromisos Éticos
- Arraigo en la Cultura Organizativa
- Gobierno Corporativo

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

- Relaciones con la Competencia
- Diálogo con las Partes Interesadas (Stakeholders)
- Balance Social.

INDICADOR 2. PUBLICO INTERNO

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos
- Gestión Participativa



RESPECTO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Valoración de la Diversidad
- Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados

TRABAJO DECENTE

- Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
- Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
- Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
- Conducta Frente a Despidos
- Preparación para la Jubilación

INDICADOR 3. MEDIO AMBIENTE

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

- Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental
- Educación y Concienciación Ambiental.

ADMINISTRACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

- Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

INDICADOR 4. PROVEEDORES

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

- Criterios de selección y evaluación de proveedores
- Trabajo infantil en la cadena productiva
- Trabajo forzado (o análogo al esclavo) en la cadena productiva



- Apoyo al desarrollo de proveedores

INDICADOR 5. CONSUMIDORES Y CLIENTES

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

- Política de Comunicación comercial
- Excelencia de la atención
- Conocimiento y Administración de los daños potenciales de los productos y servicios

INDICADOR 6. COMUNIDAD

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

- Administración del impacto de la Compañía en la Comunicación de Entorno
- Relaciones con Organizaciones Locales

ACCIÓN SOCIAL

- Financiamiento de la Acción Social
- Involucración con la Acción Social

INDICADOR 7. GOBIERNO Y SOCIEDAD

TRANSPARENCIA POLÍTICA

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Prácticas Anticorrupción y Anti coima

LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.²⁶ (ETHOS , 2016)

²⁶ Instituto Ethos; Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial



7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el tema objeto de estudio se utilizara métodos de investigación en la que se realizará estudio descriptivo y exploratorio.

- **Estudio Descriptivo.** Este estudio ayudará a identificar con claridad y precisión el grado de responsabilidad social empresarial que puede existir de diferentes formas en las empresas de producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay, utilizando indicadores cualitativos y cuantitativos que contribuirán a la determinación de las características de la investigación.
- **Estudio Exploratorio.** La información recopilada tanto de fuentes primarias como de secundarias permitirá determinar el grado de responsabilidad social en las empresas que fabrican hormigón Asfáltico.

7.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología a utilizar para la investigación será el método inductivo el cual permitirá identificar los detalles de forma minuciosa permitiendo obtener la información necesaria para la elaboración de la propuesta del Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa ASFALTAR EP.



8. ESQUEMA TENTATIVO DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO	CAPITULO
<p>OBJETIVO 1 Fundamentar los conceptos para analizar y diseñar un plan de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>CAPITULO I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Origen de la Responsabilidad Social. • Las definiciones de Responsabilidad Social Empresarial. • Los grandes conceptos de la RSE. • Alcance de la RSE. • Beneficios e implicaciones de la RSE. • Elementos de la RSE. • Marco teórico de los indicadores Ethos. • Aspectos Legales de la RSE.
<p>OBJETIVO 2 Analizar y evaluar el nivel de gestión de la responsabilidad social empresarial en las empresas de producción, comercialización y suministro de mezcla y hormigón asfáltico de la provincia del Azuay.</p>	<p>CAPITULO II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes de las empresas objeto de estudio. • Características de las empresas con referencia a RSE. • Determinación del grado de RSE de las empresas. • Estrategias de RSE utilizadas por las instituciones de análisis.
<p>OBJETIVO 3 Analizar la situación actual de la Empresa Pública de Áridos y Asfalto de Azuay, ASFALTAR EP., con respecto a responsabilidad social empresarial.</p>	<p>CAPITULO III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes de la empresa. • Aplicación de Indicadores Ethos. • Determinación del grado de RSE de la empresa de ASFALTAR EP.



<p>OBJETIVO 4</p> <p>Diseñar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa ASFALTAR EP.</p>	<p>CAPITULO IV</p> <ul style="list-style-type: none">• Análisis de los resultados obtenidos.• Determinación de la propuesta de Plan de Responsabilidad Social.
<p>_____</p>	<p>CAPITULO V</p> <p>CONCLUSIONES</p> <p>RECOMENDACIONES</p>

CUADRO 2

ELABORACIÓN: Silvia García, Gabriela Vásquez



9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Selección y delimitación del tema de investigación	█																											
2.- Justificación de la investigación	█																											
3.- Breve descripción del objeto de estudio.	█																											
4.- Formulación del problema	█																											
5.- Determinación de los objetivos	█																											
6.- Elaboración del marco teórico de referencia			█																									
8.- Construcción de Variables e Indicadores			█																									
9.- Diseño Metodológico			█																									
10.- Esquema tentativo de la investigación			█																									
11.- Cronograma de actividades			█																									
12.- Presupuesto referencial			█																									
13.- Bibliografía			█																									
CAPITULO I.					█	█	█	█																				
CAPITULO II.									█	█	█	█																
CAPITULO III.													█	█	█	█												
CAPITULO IV																	█	█	█	█								
CONCLUSIONES																					█							
RECOMENDACIONES																									█			
ANEXOS																												
BIBLIOGRAFIA																												

CUADRO 3 ELABORADO: Silvia García, Gabriela Vásquez



10. PRESUPUESTO REFERENCIAL

Detalle de gastos	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Valor Total
Empastado							\$ 70,00	\$ 70,00
Copias blanco y negro	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 5,00	\$ 5,00		\$ 50,00
Elaboración de Encuestas	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ 30,00
Procesamiento de encuestas	\$ -	\$ -	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00			\$ 15,00
Copias a color	\$ -	\$ -	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00			\$ 9,00
Imprecisión de los capítulos	\$ -	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 7,00	\$ 57,00
Internet	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ -	\$ 132,00
Alimentación	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 40,00	\$ 520,00
Transporte para el levantamiento de información	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 140,00
TOTAL ESTIMADO	\$ 117,00	\$ 122,00	\$ 175,00	\$ 175,00	\$ 165,00	\$ 142,00	\$ 127,00	\$ 1.023,00

CUADRO 4

ELABORADO: Silvia García, Gabriela Vásquez

11. BIBLIOGRAFIA

SITIOS WEB

(05 de 04 de 2016). Obtenido de ETHOS :

http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf

CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (2008). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial RSE*. Quito: Mantis Comunicación.

DEFINICIÓN. (31 de 03 de 2016). Obtenido de <http://definicion.de/sociedad-civil/>

Freeman. (31 de 03 de 2016). *PORTAL DE EMPLEO*. Obtenido de

https://www.ifef.es/portalempleo/rsocial/grupos_interes_rse.php

INSTITUTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. (3 de ABRIL de 2016). Obtenido de <http://www.irse-ec.org/fundamentos.html>

MARINEZ HERRERA, H. (2010). *RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA EMPRESARIAL*. BOGOTA: ECOE.

MODELO DE DESARROLLO MODERNA ECONÓMICA DE NAVARRA. (31 de 03 de 2016).

Obtenido de

http://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/AUTONOMIA_Y_RESPONSABILIDAD.pdf/34e7af0a-341e-47eb-b7a6-5b44a2c56a4e

NEYRA. (30 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/stakeholders-responsabilidad-social-empresarial/>

PEINADO-VARA, A. V. (2011). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA EN AMERICA LATINA*. NEW YORK: BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.

Retos y factores de la responsabilidad social empresarial. (2016). *EKOS NEGOCIO*, 66-67.

NORMATIVA

LOEP (LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS)

LOSEP (LEY ORGÁNICA DE SERVICIOS PÚBLICOS)

ISO 26000

INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL