

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



**PROYECTO DE ANÁLISIS COMPARATIVO Y EVALUACIÓN DE UN
MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)
EN ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUÍMICOS C.A.
ECUAQUÍMICA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO
PRODUCTIVO, FINANCIERO Y SOCIAL**

Tesis de grado

Previa a la obtención del Título de:

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Presentado por:

**ALEJANDRO JOSÉ CHANG ZEDEÑO
EDUARDO PAÚL FERNÁNDEZ CEVALLOS
CRISTIAN EDUARDO TORRES BERMEO**

Guayaquil-Ecuador

2011

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico al ser más bondadoso, misericordioso y perfecto que existe y que sin la voluntad de Él no estuviera escribiendo estas palabras ni hubiese podido culminar este trabajo, gracias Jesús mío, en Ti confié, gracias Señor porque me supiste dar a la familia indicada y aunque no son perfectos son los mejores para mí. También se lo dedico a aquellas personas que me han acompañado a lo largo de mi vida, a quienes que me han visto reír y llorar, me han visto sufrir, que me han visto caer y me han ayudado a levantarme. Se lo dedico mamá porque usted es la forjadora de aquel niño que ahora es un hombre, porque usted siempre me ha dado la fuerza para seguir adelante, me ha sabido educar de la mejor manera y me ha hecho soñar, con sus defectos y debilidades, siempre me ha enseñado a amar, a ayudar a los demás y siempre me ha dicho que todos somos iguales, gracias mamá por ser mi madre. Se lo dedico papá porque aunque no lo tenga conmigo siempre, su ejemplo de responsabilidad, constancia, tenacidad y de hacer las cosas bien, me ha llevado a tener éxito en la vida profesional. Se los dedico ñañas, mami Carmita, papi Raúl, abuelita Elena, tíos y tías, porque en algún momento de mi vida han sabido darme algún consejo para ser mejor. Gracias flaquita porque en mis momentos de desgano usted ha sido la chispa que enciende mis ansias para seguir progresando. Gracias amigos porque me acompañaron en todo este extenso pero corto camino de la vida universitaria que con mucha felicidad para mí está llegando a su fin. Se los dedico a todos porque ustedes son los engranes de mi vida y sin ustedes no hubiese podido marchar por esta vida difícil pero llena de alegrías, gracias, los quiero mucho a todos.

Alejandro José Chang Zedeño

A mis Padres: Diana y Santiago, patrones de trabajo y perseverancia, de amor y unión familiar. Ustedes han sido el soporte necesario en la consecución de mis metas y planes, han estado allí, incondicionalmente, desde el primero de mis días. Sin vuestra obstinada tarea de inculcar en mí los valores y principios que direccionan el verdadero sentido de la vida, esto no fuese posible.

Paúl

Dedico este trabajo a Dios, a mis Padres, Víctor y Mariana y a mi hermano Manuel, quienes han sabido inculcar los valores necesarios para culminar esta etapa de mi vida; con mucho amor para Ustedes, con especial cariño a mis abuelos, Manuel, Isabel, Gonzalo y Semira y a mi tía Magdalena del Rocío

Cristian

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida y por otorgarme la fuerza espiritual que me anima en todo momento, a todas las personas que me apoyaron para llegar a culminar mi carrera. Agradezco a mis compañeros de tesis, Paúl y Cristian por su compromiso y su responsabilidad al realizar las investigaciones necesarias para terminar este proyecto, agradezco la oportunidad de haber estudiado en esta prestigiosa Institución y a mis profesores, en especial al Ing. Víctor Hugo González, Director de este proyecto.

Alejandro

Deseo dejar constancia de mi más profundo y sincero agradecimiento a quienes hicieron posible la culminación de esta etapa preparatoria. A Dios, ante todas las cosas, por ser mi guía, mi fuente de fortaleza y sabiduría ante la adversidad. A mis Padres, seres únicos e incondicionales, cimientos de esta obra, por su amor y sacrificio, esto es para ustedes. A mis Hermanos, Diana y Santiago, por llenar el núcleo familiar de éxitos y bendiciones. A Naty, que me ha otorgado su amor y comprensión a lo largo de esta fase de mi vida. A mis abuelitas, tíos y primos por brindarme su apoyo y confianza en todo momento. A mis Amigos(as), por su compañía en los momentos indicados, por aguantarme y escucharme. A mis profesores(as), por su entrega en cada hora de clase. A mis Amigos y Compañeros de Tesis, Cristian y Alejandro, por su empeño y abnegación en la ejecución de esta obra. Al Msc. Víctor Hugo González, por su orientación y aliento en la confección de este trabajo. A la vida, por ser tan generosa.

A todas aquellas personas que de una u otra manera me han acompañado en este camino, mi más sincero agradecimiento a su comprensión y ayuda, todos son parte de mi vida.

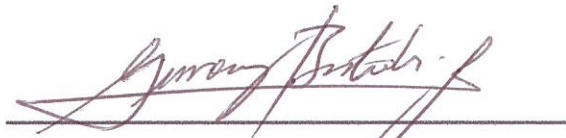
Un eterno agradecimiento.

Paúl

Agradezco a Dios, por la iluminación y sabiduría brindada a lo largo de mi vida, a mis Padres, quienes con el mayor esfuerzo posible me han dado todo lo necesario para avanzar con mi carrera, también a todos los profesores que marcaron mi carrera como estudiante, en especial al Ing. Constantino Tobalina, al Ing. Oscar Mendoza y a la Ing. María Cecilia Moreno.

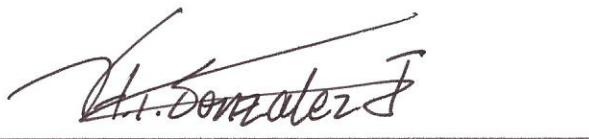
Cristian

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Msc. Geovanny Bastidas.

Presidente del Tribunal

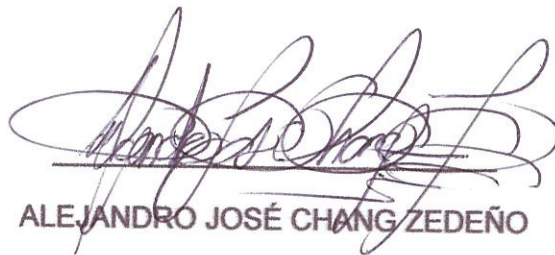


Msc. Víctor Hugo González PhD(c)

Director de Tesis

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”



ALEJANDRO JOSÉ CHANG ZEDEÑO



EDUARDO PAÚL FERNÁNDEZ CEVALLOS



CRISTIAN EDUARDO TORRES BERMEO

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	4
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	6
DECLARACIÓN EXPRESA.....	7
ÍNDICE GENERAL.....	8
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE GRÁFICOS	12
CAPÍTULO I.....	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1. GENERALIDADES	13
1.2. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE ECUAQUÍMICA.....	14
1.3. ANTECEDENTES.....	18
1.4. BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	21
1.5. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	24
1.6. OBJETIVOS	24
1.6.1. GENERALES	25
1.6.2. ESPECÍFICOS	25
CAPÍTULO II.....	26
ANÁLISIS INDIVIDUAL Y COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE LA NORMA SGE 21 Y SA8000.....	26
2.1. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE LA NORMA SGE 21.....	26
2.2. DESCRIPCIÓN DE LAS NUEVE ÁREAS DE GESTIÓN DE LA NORMA SGE 21 CON RESPECTO A LA REALIDAD DE ECUAQUÍMICA	27

2.3.	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA NORMA SA 8000.....	31
2.4.	DESCRIPCIÓN DE LOS NUEVE CAPÍTULOS DE LA NORMA SA 8000	32
2.5.	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS NORMAS SGE 21 Y SA 8000	35
2.6.	RESUMEN DEL ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS NORMAS Y ELECCIÓN DEL MODELO A APLICAR EN ECUAQUÍMICA.....	38
CAPÍTULO III: ANÁLISIS MEDIANTE EL USO DE INDICADORES DEL ESTADO DE LA EMPRESA ECUAQUÍMICA COMO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE		
3.1.	JUSTIFICACIÓN DEL USO DE INDICADORES	39
3.2.	APLICACIÓN DE LOS INDICADORES DE RSE	40
3.3.	ETAPAS DE LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES	41
3.4.	PONDERACIÓN DE LOS INDICADORES	42
3.5.	INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL CUESTIONARIO	43
3.6.	INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	46
CAPÍTULO IV: APLICACIÓN DEL MODELO SGE 21 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ECUAQUIMICA		
		¡Error! Marcador no definido.
4.1.	APLICACIÓN DEL MODELO SGE 21 EN CADA UNA DE LAS 9 ÁREAS DE APLICACIÓN.....	49
4.1.1.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE ALTA DIRECCIÓN.....	49
4.1.2.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE CLIENTES	56
4.1.3.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE PROVEEDORES	58
4.1.4.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE PERSONAS QUE INTEGRAN LA ORGANIZACIÓN	59
4.1.5.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE ENTORNO SOCIAL.....	62
4.1.6.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE ENTORNO AMBIENTAL	63
4.1.7.	APLICACIÓN EN EL ÁREA DE INVERSIONES	65

4.1.8. APLICACIÓN EN EL ÁREA DE COMPETENCIA	66
4.1.9. APLICACIÓN EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	66
CAPÍTULO V: ANALISIS DEL IMPACTO PRODUCTIVO, FINANCIERO Y SOCIAL DE LA APLICACIÓN DEL MODELO SGE 21 EN ECUAQUÍMICA	67
5.1.SIGNIFICADO DE PRODUCCIÓN	67
5.1.1. FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN.....	68
5.1.2. CURVA DE LA FRONTERA DE POSIBILIDADES DE PRODUCCIÓN	69
5.1.3. PRODUCTO TOTAL, MEDIO Y MARGINAL	71
5.2.FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN COBB DOUGLAS	76
5.2.1. LINEALIZACIÓN DE LA FUNCIÓN	78
5.3.ESTIMACIÓN DE LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN	79
5.3.1. CÁLCULO DE LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN	79
5.4.INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	85
5.5.RELACIÓN ENTRE EL INGRESO Y LA PRODUCCIÓN.....	86
5.6.IMPACTO SOCIAL.....	91
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
6.1.CONCLUSIONES.....	92
6.2.RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: PRESENCIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	39
TABLA 2: ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA	40
TABLA 3: TABLA DE VALORACIÓN DE FACTORES	43
TABLA 4: TABLA DE RESULTADOS “INDICADORES DIMENSIÓN INTERNA”	45
TABLA 5: TABLA DE RESULTADOS “INDICADORES DIMENSIÓN EXTERNA”	46
TABLA 6: DATOS HISTÓRICOS DE U/PRODUCIDAS, MANO DE OBRA, Y CAPITAL F. ..	80
TABLA 7: LOGARITMOS NATURALES APLICADOS A LOS DATOS HISTÓRICOS	81
TABLA 8: RESULTADOS DE LA REGRESIÓN DEL MODELO LINEALIZADO DE LA EMPRESA ECUAQUÍMICA	82
TABLA 9: INGRESOS EN BASE A LA PRODUCCIÓN	85
TABLA 10: RESULTADOS DE LA REGRESIÓN DEL INGRESO EN BASE A LA PRODUCCIÓN DE ECUAQUÍMICA	87
TABLA 11: TABLAS DE RESULTADOS	88
TABLA 12: ANÁLISIS DIFERENCIAL ENTRE LA PRODUCCIÓN E INGRESOS ACTUAL VS. PRODUCCIÓN E INGRESOS CON RSE	89
TABLA 13: DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN POR DIVISIÓN DE PRODUCTOS	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: LOGOTIPO DE ECUAQUÍMICA.....	14
GRÁFICO 2: GRUPOS DE INTERÉS DE LA RSE	24
GRÁFICO 3: RSE EN ECUAQUÍMICA	47
GRÁFICO 4: NIVEL DE IMPLEMENTACIÓN EN ECUAQUÍMICA.....	47
GRÁFICO 5: ÁREAS Y NIVELES DE LA RSE EN ECUAQUÍMICA	48
GRÁFICO 6: PRODUCTO FÍSICO TERMINADO	72
GRÁFICO 7: PRODUCTO FÍSICO MEDIO VS. PRODUCTO FÍSICO MARGINAL.....	73
GRÁFICO 8: RELACIÓN ENTRE LAS CURVAS DE PRODUCCIÓN.....	73
GRÁFICO 9: ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN	75
GRÁFICO 10: PRODUCTIVIDAD MARGINAL POSITIVA DECRECIENTE.....	77
GRÁFICO 11: INGRESO VS. PRODUCCIÓN	86

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Generalidades

La Responsabilidad Social Empresarial¹ (RSE), de manera general, abarca un contexto de lineamientos que sin duda alguna, manifiestan no solo un bienestar, sino también un avance en las relaciones laborales, tanto entre patrono – empleado, como la empresa con todo su entorno, llámese éste empleados, proveedores, clientes, colaboradores, etc.

Los diferentes modelos de Responsabilidad Social Empresarial, creados y adaptados a las necesidades locales, han brindado a las sociedades un enfoque diferente en la manera de hacer negocios, no solo por el bienestar generado en la Organización debido a la mayor aceptación de su mercado, sino también por el beneficio ocasionado a la sociedad en su conjunto y su favorable vinculación con la empresa.

Frente a la dificultad de lograr consensos y compromisos ante las consecuencias generadas por la actividad de una empresa hacia su entorno, pudiendo ser estas destructivas o sustentablemente favorables, resulta de suma importancia estudiar los beneficios que la aplicación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial, puede brindar a una empresa y su comunidad.

¹ También llamada Responsabilidad Social Corporativa

“La Responsabilidad Social de las Organizaciones es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medioambiente”²

Ante esto es necesario identificar y establecer los mecanismos óptimos y adecuados, las normativas y los reglamentos que delineen la consecución de metas favorables a los intereses de la empresa y su entorno económico, social y ambiental.

El valor agregado intrínseco que conlleva la adopción de políticas socialmente responsables dentro de una empresa, es de compleja estimación en términos económicos por no representar una inversión que refleje directamente y a corto plazo su efecto sobre indicadores de ingresos o participación en el mercado, demostrando su objetivo en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos de su entorno y en la apreciación y plusvalía de los bienes intangibles del negocio como lealtad del cliente y credibilidad sobre la marca.

1.2 Breve Reseña Histórica de Ecuatoriana de Productos Químicos C.A.

GRÁFICO 1: LOGOTIPO DE ECUAQUÍMICA



² Fuente www.foretica.com.es

Reseña Histórica

El origen de ECUAQUÍMICA se remonta a 1865, en Guayaquil, cuando un empresario suizo inició un proyecto que con el tiempo se convertiría en una de las más importantes y prósperas empresas del País: MAX MÜLLER y Cía. pionera del gran comercio en Ecuador. Con capital ecuatoriano-suizo, se dedicó a la importación y distribución de productos agroquímicos, farmacéuticos, ferreteros, para la construcción, para el mantenimiento automotriz, importación de solventes y representaciones de telas, relojes y afines

Después de más de 100 años de actividad comercial, en 1970 MAX MÜLLER liquidó para dividirse en nuevas compañías especializadas por campos que manejarían por separado sus actividades con mayor profesionalismo, dada la complejidad en el manejo de tantos productos con sus distintos sistemas de distribución y ante la necesidad de atender el creciente mercado ecuatoriano de la época impulsado por el boom petrolero. Hoy forman estas empresas parte del grupo suizo.

Infraestructura

Región Costa

En Guayaquil, se encuentra la casa matriz de Ecuaquímica, en su edificio, ubicado estratégicamente en el centro de la ciudad, cuyo diseño permitirá el crecimiento de la empresa por los siguientes 20 años.

En un amplio local en la planta baja está Garden Center, para la venta de productos de jardinería, atención a clientes y asesoría.

Al norte de Guayaquil, se encuentra el Complejo Industrial de Pascuales con 26.000 metros cuadrados de extensión, en las cuales se ubican las bodegas de Agro, Farma, Laboratorio y Producción Farmacéutica, Estación de reempaque de productos agroquímicos Falape y Talleres de reparación de fumigadoras. En estas instalaciones se recibe y almacena la mercadería nacional e importada para el suministro a todas las sucursales a nivel nacional y sub - distribuidores de la región Costa.

Ecuaquímica opera con centros de distribución en Quevedo, Milagro, Portoviejo, Machala, Cuenca, Ambato, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tulcán.

Divisiones:

División Agro

Ofrece soluciones al cuidado del agro del país, con calidad de insumos, servicios y personal, ofrece productos como: fungicidas, herbicidas, insecticidas, acaricidas, fumigadoras y equipos de protección, productos orgánicos, y productos por ingredientes activos, para los cultivos de: ajo y cebolla, arroz, aguacate, brócoli, caña, flores, maíz, naranjilla, bábaco, cacao, cítricos, frutilla, mango, maracuyá, algodón, banano, café, cucurbitáceas, hortalizas, maní, palma africana, papa, soya, pimiento, tomate de árbol, piña, tomate.

División Farma Consumo

Ecuaquímica inició sus actividades en el mercado farmacéutico en la década de los 50' con la representación de Hoffman La Roche, Ciba, Sandoz, Wander, importantes empresas multinacionales de origen suizo que alcanzaron posiciones de liderazgo.

En la actualidad representa y distribuye a empresas de reconocido prestigio, líderes en sus países de origen, y a empresas multinacionales del mercado Farmacéutico, Cuidado Personal y Hospitalarias.

Todas las sucursales cuentan con sus propias oficinas administrativas, bodegas especialmente acondicionadas para el almacenaje y manipuleo que exige la industria farmacéutica, flota de transporte y un equipo técnico de soporte en constante capacitación.

Ecuaquímica ofrece productos como: Farmacéuticos, oftalmológicos, insumos médicos, especialidades, genéricos, consumo y cuidado especial, OTC, nutricionales y naturales.

División Veterinaria

División joven que ofrece una amplia gama de productos, programas y servicios en las áreas de ganadería, potreros, mascotas e higiene. Ofrece productos como: antimastíticos, antiparasitarios, antibióticos, bio-estimulantes, alimentos para mascotas, cicatrizantes, herbicidas, raticidas, suplementos vitamínicos minerales, semillas de pasto.

División Semillas

Mientras que en el pasado, ECUAQUIMICA tradicionalmente importaba y comercializaba toda clase de semillas de hortalizas, pastos de clima templado y pastos de clima tropical, hace algunos años Ecuaquímica consideró que también podían incursionar en la comercialización de semillas de granos para los cultivos de Maíz, Arroz y Soya. Para este fin adquirieron una Planta de Procesamiento de Semillas en las afueras de la ciudad de Quevedo, y empezaron a producir localmente semillas marca Suprema Pura Pepa con el aval del INIAP³.

Adicionalmente, hace dos años completaron su oferta con la importación y comercialización de semillas híbridas de alto rendimiento, en colaboración con Monsanto.

Viendo la necesidad de acercarse aún más al agricultor, inició hace un año un programa de fomento agrícola, adquiriendo una planta de procesamiento y silo de almacenamiento ubicado junto a la Planta de Semillas en Quevedo. Ahora con la ayuda de sembradoras y máquinas cosechadoras, Ecuaquímica está en capacidad de dar un servicio integral a los cultivadores de granos, cerrando de esta manera el círculo del Programa de Fomento Agrícola.

1.3 Antecedentes

Antecedentes Globales

El Término Responsabilidad Social Empresarial, surgió en los años 50-60 en Estados Unidos, no fue sino hasta los años 90 que comenzó a

³ Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias

desarrollarse en Europa, siendo ahí, donde se sentaron las bases de la preocupación de los empresarios por el bienestar de los integrantes de las empresas y por el beneficio de lo que producían a la sociedad.

Sin duda alguna, el Pacto Mundial⁴, fue uno de los documentos que dieron pie a la difusión a nivel global, ya en el siglo XXI, a la Responsabilidad Social Empresarial, así como el surgimiento de movimientos sociales preocupados por el bienestar social de las consecuencias directas de las actividades de las empresas, tanto en el ámbito social como también en el ambiental.

Antecedentes Regionales

Brasil, ha sido desde hace casi una década el país pionero en la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, sin duda alguna, la coalición establecida por el presidente Luis Ignacio Da Silva⁵, conformado por diferentes empresarios, incluso, se promovió una Ley de Responsabilidad Social en el año 2003.

No solo Brasil ha realizado avances en materia de Responsabilidad Social; Colombia, Chile y Argentina, también han dado grandes pasos en este ámbito, no solo con la aplicación de la Responsabilidad Social en empresas maduras y fructíferas sino también en Pequeñas y Medianas Empresas, además de entes nacionales que promulgan y dan una gran difusión de estos lineamientos.

⁴ United Nations Global Compact (26 de Julio 2000)

⁵ Presidente de Brasil (2003-2011)

Antecedentes Locales

En el país, existen dos entes privados sin fines de lucro, que brindan asesoría y certificaciones de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial a diferentes empresas locales, los cuales son:

- -CERES

“El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es una organización privada sin fines de lucro, compuesta por empresas, fundaciones empresariales, ONG, universidades y entidades del sector público que buscan promover el concepto y las prácticas de Responsabilidad Social y están comprometidas en llevar su gestión a un nivel de desempeño superior

. CERES busca involucrar, sensibilizar y apoyar a las empresas a gerenciar sus negocios de manera socialmente responsable”

Fuente: www.redceres.org

- IRSE

El IRSE, es la primera iniciativa institucional en el Ecuador en el cometido de la Responsabilidad Social Empresarial. Es una organización privada, sin fines de lucro. En sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario. Al IRSE lo consolida un equipo de personas con positiva y vasta experiencia en el campo empresarial, en la academia, en la cátedra, en múltiples responsabilidades públicas y privadas.

Fuente: www.irse-ec.org

Empresas como Pronaca, Eternit, Diners Club, etc., han implementado con gran éxito la Responsabilidad Social Empresarial.

Las multinacionales, han sido las primeras empresas en aplicar estos lineamientos, no tanto así, las empresas nacionales que, si bien es cierto tienen proyectos de inversión social, lo inclinan más al ámbito filantrópico sin la aplicación de los indicadores y los resultados que la RSE puede brindar.

1.4 Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

- **Disminución de Conflictos**

Los principios y valores comprendidos en la RSE ayudan a la empresa a desarrollar relaciones sólidas con sus públicos, sobre la base del diálogo. En esta medida, puede ser reducido el impacto de algunos procesos legales que provocan aumento de costos y desgaste institucional. Por lo demás, la claridad en los valores y principios asegura el cumplimiento de compromisos y negociaciones de intereses.

- **Valoración de la imagen institucional y de la marca**

Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a los negocios de la empresa, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios

- **Mayor lealtad del consumidor**

Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus funcionarios, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es factor que garantiza la fidelidad del consumidor. Un ejemplo que ilustra estos conceptos son las investigaciones que desde el año 2000 el Instituto Ethos realiza para conocer la percepción del consumidor brasileño en torno a la responsabilidad social. Los datos obtenidos muestran un consumidor preocupado por aspectos tales como la ética y el tratamiento a los funcionarios y dispuesto a premiar empresas que adoptan comportamientos socialmente responsables.

- **Mayor capacidad de reclutar y mantener talentos**

Los trabajadores se sienten motivados con prácticas de gestión socialmente responsables, definidas con claridad. Les agrada formar parte de organizaciones que respetan al individuo e invierten en su capacidad de aprendizaje. La responsabilidad social atrae para la empresa talentos y, al mismo tiempo, hace que el trabajador se sienta estimulado a mantenerse en el empleo.

- **Flexibilidad y capacidad de adaptación**

Las empresas capaces de incluir la responsabilidad social en su estrategia de negocios son abiertas a las demandas de la sociedad, pudiendo adaptarse a dichas demandas con mayor facilidad, e incluso creando productos y servicios que atiendan nuevas expectativas.

- **Sustentabilidad del negocio a largo plazo**

La perennidad de la empresa constituye también motivo de preocupación para los inversionistas. Las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo. Una prueba de que los criterios socio-ambientales vienen ganando importancia en la evaluación del riesgo de las corporaciones, es el «Dow Jones Sustainability Index» (DJSI), creado en 1999 y conformado actualmente por más de trescientas (300) empresas en veinticuatro (24) países. Para componer el índice, usado en el mercado de acciones, cooperan dieciocho (18) ítems que miden la performance económica, ambiental y social de las empresas y cómo ellas los administran en la búsqueda de la supervivencia de los negocios a largo plazo. Los inversionistas que necesitan garantizar la rentabilidad de las acciones en el futuro se valen del DJSI para encauzar los recursos de fondos

Fuente: www.sustainability-index.com

- **Acceso a mercados**

El respeto a determinadas cláusulas sociales, tal como el combate a la discriminación, y otras ambientales, como el establecimiento de controles sobre la contaminación, permite a la empresa operar en países o regiones que adopten patrones rígidos de conducta en estos campos.

- **Acceso a capitales**

Al garantizar el control de riesgos sociales y ambientales, la empresa puede conseguir crédito y financiamiento para proyectos en instituciones que expresan tales exigencias.

1.5 Importancia del Estudio

Es de suma importancia, establecer en un marco general, la importancia y alcances del modelo de Responsabilidad Social Empresarial, en el ámbito empresarial ecuatoriano, tanto por los avances a nivel mundial y regional, como para salvaguardar los intereses del entorno que posee una empresa, en este estudio en específico, Ecuatoriana de Químicos C.A., en conjunto con sus grupos de interés.

GRÁFICO 2: GRUPOS DE INTERÉS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



Elaborado por: Los Autores

1.6. Objetivos

1.6.1 Generales:

- Determinar la factibilidad y viabilidad de la aplicación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Ecuatoriana de Productos Químicos Ecuquímica C.A.

1.6.2 Específicos:

- Determinar, luego de un análisis comparativo de dos modelos de Responsabilidad Social Empresarial, cuál sería el ideal para la empresa Ecuatoriana de Productos Químicos C.A.
- Establecer mediante el uso de indicadores, el estado actual de Ecuquímica con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial
- Establecer los pasos a seguir, para la aplicación del modelo elegido, en la empresa Ecuatoriana de Productos Químicos C.A.
- Determinar mediante una regresión lineal los beneficios de la aplicación del modelo de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. en su ámbito Productivo y Financiero

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS INDIVIDUAL Y COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE LA NORMA SGE 21⁶ Y SA8000⁷

2.1 Descripción del Modelo de la SGE 21.

El modelo SGE 21, basado en su propia norma, está dividido en 6 capítulos, los 5 primeros explican los antecedentes y los aspectos generales del documento, siendo el último, el que explica la implementación como la auditoría de la organización a evaluar, en este caso Ecuaquímica.

El sexto capítulo, está dividido en 9 áreas de gestión, que se consideran adecuados para la demostración de las evidencias de su implementación.

Las nueve áreas de gestión que se relatan son las siguientes:

- Alta Dirección
- Clientes
- Proveedores
- Personas que integran la Organización

⁶ Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable creada por la organización Forética en España

⁷ Social AccounAbility

- Entorno Social
- Entorno Ambiental
- Inversores
- Competencia
- Administraciones Públicas

2.2 Descripción de las nueve áreas de gestión de la norma SGE 21 con respecto a la realidad de Ecuaquímica

Alta Dirección

La norma SGE 21 establece los parámetros de cumplimiento de la legislación y normativa vigente en el país, las cuales son estrictamente cumplidas por Ecuaquímica.

También establece políticas de gestión y responsabilidad social, códigos de conducta, la formación de un comité de gestión ética y responsabilidad social, un responsable de gestión ética.

Deberá la Alta Dirección establecer un Plan de Responsabilidad Social con objetivos medibles, con evaluaciones anuales.

Clientes

Establece que la organización debe proporcionar productos y servicios responsables y competitivos, en conjunto con un compromiso continuo con la Investigación, Desarrollo e Investigación

Principios de calidad, buenas prácticas en las relaciones comerciales, seguridad del producto o servicio, accesibilidad, y la publicidad responsable también forman parte de esta área.

Proveedores

La organización deberá definir sus criterios de compra responsables en función de los aspectos éticos, laborales, sociales y ambientales, los mismos que superen los requisitos legales aplicables.

Se debe establecer un sistema de diagnóstico y clasificación de los proveedores en función de los distintos niveles de riesgo, con los resultados del mismo, la organización en la medida de sus posibilidades, colaborará con sus proveedores en la mejora continua de los diagnósticos.

Personas que integran la Organización

La organización evidenciará que en materia de Derechos Humanos lleva a cabo un control y seguimiento del cumplimiento de los mismos en su relación con el personal de la organización, con atención especial a los ligados a la actividad empresarial, tales como:

- Derecho de asociación (libertad de sindicación y derecho a la negociación colectiva).
- Derechos de la infancia y la juventud (supresión de la explotación infantil y trabajos forzados).
- Derecho a unas condiciones de empleo equitativas y satisfactorias.

Se debe tener identificados los distintos perfiles de diversidad de la organización, priorizando sus expectativas y necesidades y

estableciendo planes de acción garantizando una gestión responsable de dichas diversidades

Así mismo, se garantizara las igualdades de oportunidades, la no discriminación, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral como la seguridad y salud laboral.

La actualización de la descripción de los puestos de trabajo, se mantendrá informada a los trabajadores, la formación y fomento de la empleabilidad, el seguimiento del clima laboral, reestructuración responsable y el canal de resolución de conflictos, forman parte también de ésta área

Entorno Social

La norma establece que la organización debe tener un seguimiento y evaluación de los impactos que la práctica de responsabilidad social está teniendo en la empresa, transparencia con el entorno,

Entorno Ambiental

Deben estar bien delineados los siguientes parámetros:

- Prevención de la contaminación y estrategia frente al cambio climático
- Identificación de actividades e impactos
- Programa de gestión ambiental
- Plan de riesgos
- Comunicación Ambiental

Inversores

Es de prioridad establecer un buen gobierno, definiendo los siguientes elementos:

- Las relaciones entre prioridad y gestión de la organización
- El contenido de la información periódica que se pondrá a disposición de los inversores
- La frecuencia de la inversión
- Las vías puestas a disposición del inversor para solicitar y recibir información en cualquier momento.
- Transparencia de la información haciéndola públicas y accesibles sus cuentas.

Competencia

La organización respetará los derechos de propiedad de sus competidores, fomentando acudir a acuerdos entre las partes o fórmulas de arbitraje, como vía de resolución de diferencias al respecto. Asimismo, la organización no utilizará acciones indebidas para recabar información, además se establecen los parámetros de competencia leal y cooperación y alianzas.

Canales de Comunicación

El modelo establece que la organización debe crear canales de comunicación y diálogo que considere convenientes con las administraciones con las que se relaciones con el fin de cooperar en el desarrollo de una cultura de Gestión Ética y Socialmente Responsable en la comunidad o comunidades donde opera

2.3.Descripción del Modelo de Responsabilidad Social de la Norma SA8000

La norma que analizaremos es la segunda edición de la Norma SA8000, creada por la entidad Social Accountability International ⁸, la cual está sujeta a revisiones periódicas, permite recoger las mejoras especificadas por partes interesadas. La aplicación de esta norma puede ser certificada por terceras partes, pero no incluye la obligatoriedad de la certificación para completar su objetivo.

La norma SA8000 está dividida en nueve capítulos:

- Trabajo Infantil
- Trabajos Forzados
- Salud y Seguridad en el Trabajo
- Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva
- Discriminación
- Medidas Disciplinarias
- Horario de Trabajo
- Remuneración
- Sistemas de Gestión

⁸ Con base en Nueva York, EE.UU.

2.4. Descripción de los nueve capítulos de la Norma SA8000

Capítulo I: 'Trabajo Infantil'

La norma especifica que la compañía 'Establecerá, documentara, mantendrá y comunicara de modo eficaz a todo su personal a las partes interesadas, la política y los procedimientos para la remediación de los niños que se encuentren trabajando en situaciones encuadradas dentro de la definición de trabajo infantil y proporcionara la ayuda necesaria para permitir que dichos niños tengan acceso a la enseñanza y permanezcan escolarizados mientras sean niños'

La norma también establece que en casos de darse el trabajo (si la normatividad del país lo ha reglamentado) que no trabaje durante el horario escolar y que la combinación de horas de trabajo, estudio y transporte no supere las diez horas diarias. Igualmente no deberán estar expuestos dentro o fuera del lugar de trabajo a condiciones peligrosas, inseguras o insalubres.

Capítulo II: 'Trabajos Forzados'

Establece el siguiente criterio de manera textual: 'La compañía no utilizará, ni auspiciará el uso de trabajos forzados, ni exigirá a su personal que deje bajo su custodia "depósitos", o documentos de identidad, al comenzar la relación laboral con la compañía.', incluyendo en la misma la presión física, psicológica, formas de intimidación o prácticas que provoquen miedo en los empleados.

Capítulo III: ‘Salud y Seguridad en el Trabajo’

La norma establece que en cualquiera que sea el área o ámbito en el que se desarrolle la cotidianeidad del trabajo, la compañía debe salvaguardar la integridad y seguridad tanto física como mental de los trabajadores, además de la salubridad, más allá de la establecida de manera básica por las leyes vigentes. Asimismo debe promover la prevención de accidentes dentro del área de trabajo.

Tiene el alcance para los establecimientos de trabajo donde se almacenen alimentos y donde los trabajadores necesiten dormitorios para los descansos en las jornadas de trabajo.

Se exigen los siguientes procedimientos:

- Nombramiento de un representante de la alta administración de la empresa encargado de la salud y la seguridad laboral de todo el personal y responsable de la aplicación de las disposiciones de salud y seguridad en el trabajo incluidas en la norma SA8000
- Que los trabajadores reciban de forma periódica y documentada, instrucción sobre salud y seguridad laboral, y que dicha instrucción sea ofrecida también a todo el personal nuevo, y al traslado de otros lugares de trabajo.

Capítulo IV: ‘Libertad de Asociación y Derecho de Negociación Colectiva’.

La norma especifica que la compañía respetará el derecho de sus empleados a formar sindicatos, y a ser miembros del sindicato de su elección, así como a negociar colectivamente.

De haber impedimentos legales para la negociación colectiva, la empresa brindará instrumentos paralelos para que todo el personal pueda asociarse libremente, y negociar colectivamente, asimismo garantizando que los representantes de los mismos no sufran discriminación y que los mismos tengan acceso a los trabajadores en el lugar de trabajo.

Capítulo V: ‘Discriminación’

La compañía no efectuará, ni auspiciará, ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, entrenar, promocionar, despedir, o jubilar a su personal.’

Capítulo VI: ‘Medidas Disciplinarias’

La norma establece en las medidas disciplinarias, que la compañía no usará ni apoyará el uso de castigos corporales, coerción mental o física, ni abusos verbales.

Capítulo VII: ‘Horario de Trabajo’

Se rige a lo establecido por la ley de cada país, pero aún así la semana de trabajo no excederá de 48 horas, otorgando un día libre

cada período de 7 (siete) días trabajados, asegurando además la paga justa de horas extras, no excediendo de 12 horas además de las normales.

Capítulo VIII: 'Remuneración'

'La compañía garantizará que los salarios pagados por una semana de trabajo normal cumplan siempre, por lo menos, la normativa legal o las reglas mínimas establecidas por cada industria respectiva, de modo que sean suficientes para cubrir las necesidades básicas del personal y para ofrecer cierta capacidad de gasto discrecional'.

Capítulo IX: 'Sistemas de Gestión'

Este capítulo, delinea todos los procedimientos de la alta gerencia que garantizan el cumplimiento de esta norma, incluyendo el nombramiento de veedores encargados entre otras funciones, del cumplimiento de los requisitos de esta norma, la revisión periódica del cumplimiento de los procedimientos, planeamiento y aplicación, control de los sub-contratistas y sub-proveedores, comunicación externa, acceso para la verificación y registros de las actividades.

2.5. Análisis Comparativo de las Normas SGE 21 y SA8000

Luego de analizar los diferentes parámetros y capítulos que contienen ambas normas, a continuación realizaremos un análisis comparativo entre ambos, analizando los puntos a favor y en contra de los diferentes capítulos, dejando así el que mejor se adapte a la realidad de Ecuaquímica.

Análisis con respecto a los grupos de interés de la RSE

Como ya describimos en el gráfico no. 2, los grupos de interés que integran la Responsabilidad Social Empresarial lo forman:

- Empresa
- Comunidad
- Medio Ambiente
- Clientes
- Proveedores
- Empleados y,
- Accionistas o dueños

En este ámbito, la norma SGE 21, dedica un capítulo para cada uno de los grupos de interés antes nombrados, describiendo los pasos a seguir para mantener una sustentabilidad socialmente responsable entre cada uno de ellos, en cambio, la norma SA8000, establece también los lineamientos para trabajar con los grupos de interés, pero en una manera más general en el capítulo 9, que es el de los Sistemas de Gestión, sin embargo, en la norma SGE 21 encontramos más detallados los procesos, departamentos y recomendaciones a seguir para la empresa.

TABLA 1: Presencia de los grupos de Interés

	SGE 21	SA8000
Empresa	x	x
Comunidad	x	
Medio Ambiente	x	
Clientes	x	
Proveedores	x	
Empleados	x	x
Accionistas/dueños	x	x

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 1 resumimos los datos obtenidos del análisis con respecto a los grupos de interés en ambos modelos.

Análisis comparativo con respecto a la legislación laboral

Con respecto a la legislación laboral, ambos modelos nos especifican claramente que, la legislación laboral, debe ser estrictamente cumplida, y, en el caso del modelo de la SA8000, establece requisitos que deben ser cumplidos aún así la legislación laboral sea más flexible al respecto.

El modelo de la norma SA8000, dedica 7 de los 9 capítulos que contiene, a establecer parámetros que, actualmente, ya están establecidos en el Código de Trabajo nacional, por lo que, se dan por sentados así no se aplique dicha norma.

En cambio, el modelo propuesto por la norma SGE 21, en el primer capítulo, establece que, para proceder con la implementación de la norma, se debe cumplir con todos los requisitos de la legislación y normativa local, incluyendo el entorno local, ambiental, social y laboral donde la compañía opere.

Análisis comparativo de las recomendaciones ambientales

Las recomendaciones medio-ambientales, solo se presentan en el modelo de SGE 21, estableciendo un capítulo con la normativa correspondiente al tratamiento medio ambiental, incluyendo la prevención de la contaminación y estrategia frente al cambio climático, identificación de actividades e impactos, programas de gestión ambiental, plan de riesgos y la comunicación ambiental.

2.6. Resumen del análisis comparativo de las normas y elección del modelo a aplicar en Ecuaquímica

Comparando ambos modelos, encontramos que el modelo SGE 21, sin duda es un modelo mucho más conveniente que el modelo SA8000, ya que abarca en su totalidad los siguientes ámbitos:

- Los grupos de interés de la Responsabilidad Social Empresarial
- Los requerimientos legales del Código Trabajo y,
- Las medidas de control ambiental en su conjunto, con evaluaciones periódicas y el establecimiento de planes de prevención

Una vez que hemos elegido el modelo de la norma SGE 21, en los siguientes capítulos estableceremos la aplicación del mismo, y el impacto productivo, financiero y social.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS MEDIANTE EL USO DE INDICADORES DEL ESTADO DE LA EMPRESA ECUAQUÍMICA COMO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

3.1 Justificación del Uso de Indicadores

Para que la empresa ejerza efectivamente su rol de ciudadano corporativo desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este tema sea incorporado en los procesos de gestión y por lo tanto sea tratado como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeamiento interno de Ecuaquímica. Debido a ello se torna indispensable desarrollar instrumentos adecuados para la asistencia y supervisión de las prácticas de responsabilidad social de la empresa.

3.2 Aplicación de los indicadores de RSE

Los Indicadores permiten elaborar un diagnóstico del grado de Responsabilidad Social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas.

Estos Indicadores conforman una **herramienta** que permite diseñar una **planificación** de las prácticas vinculadas a la Responsabilidad Social de

la empresa y, de esta manera, generar procesos de **mejora continua** en esta temática.

TABLA 2: ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

<p>Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.</p>	<p>La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de ética de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</p>								
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ETAPA 1</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	ETAPA 1		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ETAPA 2</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	ETAPA 2		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ETAPA 3</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	ETAPA 3		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ETAPA 4</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	ETAPA 4	
ETAPA 1											
ETAPA 2											
ETAPA 3											
ETAPA 4											
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.									

Se optará por sólo una de las cuatro etapas, la que más se acerca a la realidad de su empresa.

Cada etapa presupone el cumplimiento del nivel anterior. En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se consignará uno de los siguientes motivos:

- Nunca hemos tratado este asunto antes.
- No consideramos su aplicación en nuestra empresa.

Al señalar la segunda opción, es importante explicitar el porqué, expresando una justificación. Al elegir esta alternativa, automáticamente

se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes.

Aplicación de los Indicadores de RSE

Los Indicadores permiten elaborar un diagnóstico del grado de Responsabilidad Social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas.

Estos Indicadores conforman una herramienta que permite diseñar una planificación de las prácticas vinculadas a la Responsabilidad Social de la empresa y, de esta manera, generar procesos de mejora continua en esta temática.

Finalmente contribuyen a la definición de la estrategia de RSE de la Compañía, alineada a la estrategia general del negocio.

3.3 Etapas de la Aplicación de los indicadores

Primera Etapa:

- Ecuaquímica designará un representante, quién será el facilitador de las tareas ante el equipo encuestador.
- El responsable del levantamiento de datos seleccionará al menos cinco personas de distintas áreas de la empresa (Gerencia, Marketing, RRHH, Compras y de Asuntos de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Cuidado Ambiental), que serán las encargadas de responder los indicadores.

- Se realiza una entrevista de diagnóstico general, con el fin de relevar el avance de la empresa en esta área y evaluar la viabilidad de la aplicación de los indicadores.

Segunda Etapa:

- Esta etapa puede durar entre 4 y 6 semanas, dependiendo de la disponibilidad de los ejecutivos de la empresa.
- Una vez definido el grupo de personas encargadas de responder los indicadores (Gerencia, Marketing, RRHH, Compras y de Asuntos de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Cuidado Ambiental), comienza el relevamiento de los **Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria**.
- Dicho relevamiento consiste en la evaluación del desarrollo de cada indicador. Hacemos hincapié en que la planificación es una construcción del grupo porque respeta el marco, la cultura y los tiempos de la misma empresa.

Tercera Etapa:

- Una vez culminada esta etapa se presentará a la Gerencia General la medición resultante del ejercicio, las recomendaciones relevantes para cada indicador y la estimación de crecimiento en caso de adoptarlas. Los modelos de las encuestas aplicadas se encuentran en la sección de Anexos.

3.4 Ponderación de los Indicadores

Los indicadores son ponderados individualmente en función de su relevancia dentro de la industria en observación.

Esta valoración se obtuvo mediante consultas realizadas a profesionales del medio Agroindustrial, quienes con su experiencia y conocimiento aportaron en la identificación y selección de las variables críticas dentro del sector.

TABLA 3 TABLA DE VALORACIÓN DE FACTORES

CUALIFICACION	FACTOR
ALTAMENTE RELEVANTE	4
RELEVANTE	3
MEDIANAMENTE RELEVANTE	2
POCO RELEVANTE	1

Elaborado por: Los Autores

3.5 Instrucciones para completar el cuestionario

- Cada unidad de negocios debe responder a su propio cuestionario.
- Es aconsejable que la empresa designe un coordinador que centralice y sistematice la información y facilite el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso debe involucrar la participación de varias áreas de la empresa. Cuanto más personas estén involucradas en el proceso de recolección y de volcado de información y cuanto más diversificados sean los niveles jerárquicos y

los departamentos a los cuales ellas pertenezcan, mayor será la representatividad de las respuestas y más profunda la reflexión interna, garantizando un mejor auto diagnóstico.

- Es conveniente capacitar a todos los involucrados en el proceso para que se comprenda el porqué de la aplicación del cuestionario y se logre el compromiso necesario con el proceso.
- Es muy importante que la alta dirección acompañe su aplicación y conozca los resultados.
- Motivar y movilizar a los profesionales de la empresa a responder los Indicadores, permitirá iniciar un proceso de auto diagnóstico que, aunado a la misión y estrategia general de la empresa, será de utilidad para identificar aspectos de la gestión que necesitan ser desarrollados, estableciendo nuevas metas y monitoreando sus resultados.

TABLA 4: TABLA DE RESULTADOS INDICADORES DE DIMENSIÓN INTERNA

	INDICADOR	(a)	(b)	(a) x (b)
		FACTOR PONDERADOR / 100	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR	MEDICION DE RSE EN EQ
DIMENSION INTERNA	VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO			
	AUTORREGULACION DE LA CONDUCTA			
	1. Compromisos éticos	0,04	65,16%	2,61%
	2. Arraigo en la cultura organizativa	0,02	68,00%	1,36%
	3. Gobierno Corporativo	0,03	100,00%	3,00%
	RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD			
	4. Relaciones con la competencia	0,02	40,27%	0,81%
	5. Diálogo e involucramiento de los grupos de interés	0,04	100,00%	4,00%
	6. Balance social	0,02	8,00%	0,16%
	PUBLICICO INTERNO			
	DIALOGO Y PARTICIPACION			
	7. Relaciones con sindicatos y otras organizaciones de empleados	0,01	0,00%	0,00%
	8. Gestión participativa	0,02	44,20%	0,88%
	RESPETO AL INDIVIDUO			
	9. Compromiso con el Futuro de los Niños	0,03	43,00%	1,29%
	10. Compromiso con el Desarrollo Infantil	0,03	37,00%	1,11%
	11. Valoración de la Diversidad	0,03	29,00%	0,87%
	12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	0,02	37,00%	0,74%
13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	0,02	34,60%	0,69%	
TRABAJO DECENTE				
14. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	0,03	84,00%	2,52%	
15. Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	0,04	85,67%	3,43%	
16. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	0,03	100,00%	3,00%	
17. Conducta Frente a Despidos	0,02	49,00%	0,98%	
18. Preparación para Jubilación	0,02	50,00%	1,00%	
	INDICE EQ DIMENSION INTERNA			28,44%

Elaborado por: Los Autores

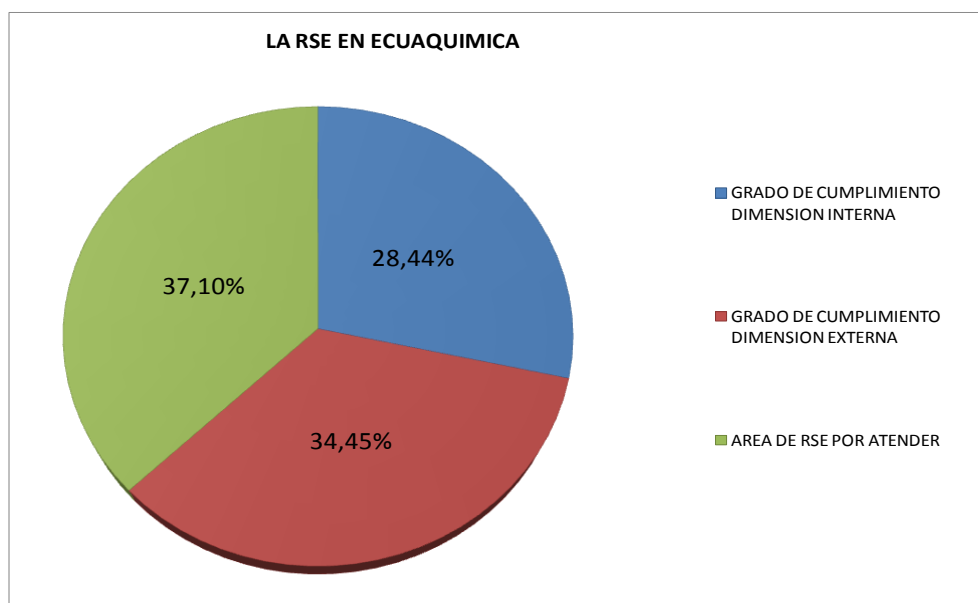
TABLA 5: TABLA DE RESULTADOS INDICADORES DE DIMENSIÓN EXTERNA

INDICADOR	(a)	(b)	(a) x (b)
	FACTOR PONDERADOR / 100	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR	MEDICION DE RSE EN EQ
CONSUMIDORES Y CLIENTES			
DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO			
19. Excelencia de la Atención	0,03	93,00%	2,79%
20. Política de Comunicación Comercial	0,02	100,00%	2,00%
21. Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	0,04	100,00%	4,00%
PROVEEDORES			
SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES			
22. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	0,02	93,67%	1,87%
23. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva	0,03	50,00%	1,50%
24. Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	0,02	50,00%	1,00%
25. Apoyo al Desarrollo de Proveedores	0,02	100,00%	2,00%
COMUNIDAD			
RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL			
26. Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	0,04	93,67%	3,75%
27. Relaciones con Organizaciones Locales	0,02	60,29%	1,21%
ACCIÓN SOCIAL			
28. Financiamiento de la Acción Social	0,02	35,67%	0,71%
29. Involucramiento con la Acción Social	0,02	33,00%	0,66%
MEDIO AMBIENTE			
RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS			
30. Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	0,04	100,00%	4,00%
31. Educación y Concientización Ambiental	0,02	56,00%	1,12%
GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL			
32. Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios	0,04	96,18%	3,85%
33. Sustentabilidad de la Economía Forestal	0,02	0,00%	0,00%
34. Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	0,03	60,91%	1,83%
GOBIERNO Y SOCIEDAD			
TRANSPARENCIA POLÍTICA			
35. Contribuciones para Campañas Políticas	0,01	0,00%	0,00%
36. Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	0,02	0,00%	0,00%
37. Prácticas Anticorrupción y Anticoima	0,03	31,00%	0,93%
LIDERAZGO SOCIAL			
38. Liderazgo e Influencia Social	0,02	25,00%	0,50%
39. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	0,02	37,00%	0,74%
INDICE EQ DIMENSION EXTERNA			34,45%

Elaborado por: Los Autores

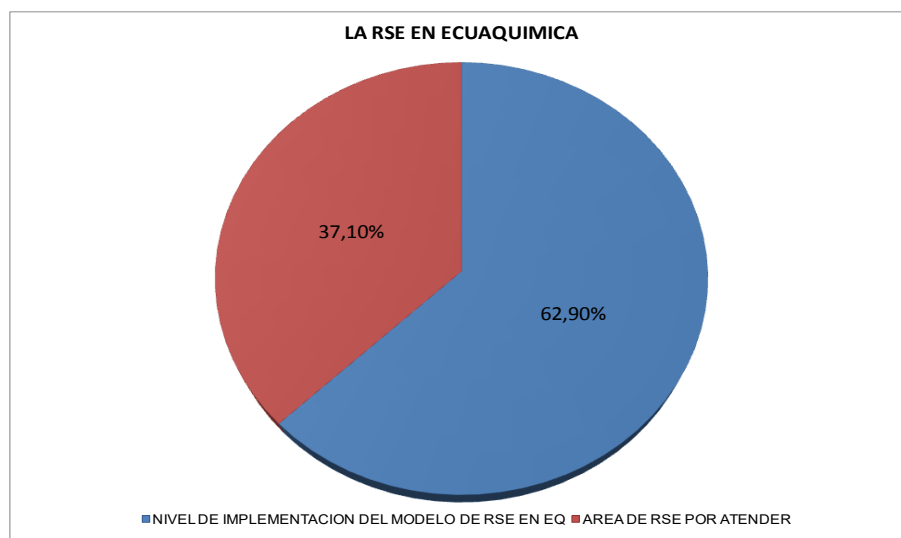
3.6 Interpretación de los resultados

GRÁFICO 3: NIVEL DE LA RSE EN ECUAQUÍMICA



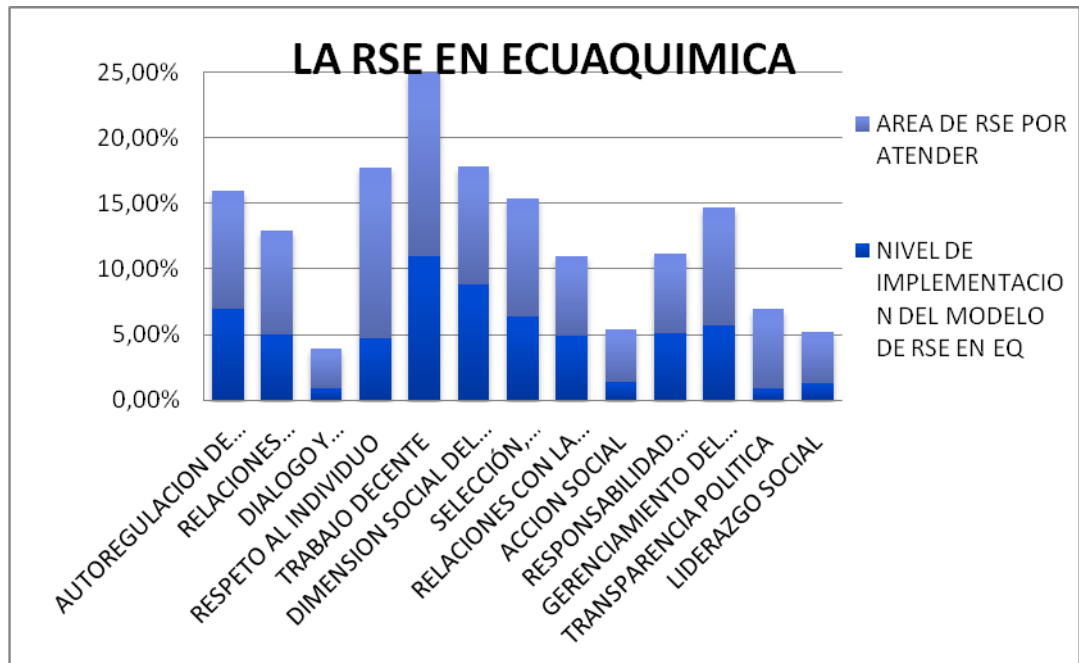
Elaborado por: Los Autores

GRAFICO 4: DEL NIVEL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN ECUAQUÍMICA



Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO 5: ÁREAS Y NIVEL DE LA RSE EN ECUAQUÍMICA



Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO 4

APLICACIÓN DEL MODELO SGE 21 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ECUAQUÍMICA

4.1. Aplicación del modelo SGE 21 en cada una de las 9 áreas de aplicación

4.1.1 Aplicación en el área de Alta Dirección

Cumplimiento de la legislación y normativa

La norma SGE 21 indica que, la gestión ética y responsable, debe ir más allá de lo que la legislación establece, garantizando el cumplimiento y el seguimiento de aquellos requisitos legales que afecten a su actividad.

En la Tabla No. 4, vemos que la empresa posee un porcentaje bastante alto según los indicadores, sin embargo, la norma establece que:

Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social

- La organización deberá definir y mantener en la organización una Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social

Con respecto a este punto, Ecuaquímica debe establecer la clara **intención** de establecer la política de Responsabilidad Social, la cual debe cumplir con los siguientes parámetros:

- Estará a disposición de todas las personas que trabajan para la organización y en nombre de ella
- Estará a disposición pública
- Incluirá el compromiso voluntario de integrar, en su estrategia y gestión, aquellos aspectos sociales, laborales, éticos y ambientales que superen las exigencias de la legislación.
- Estará aprobada y firmada por el máximo responsable de la organización.

Para cumplir los puntos antes mencionados Ecuaquímica deberá hacer conocer la política adoptada de RSE, por los medios convenientes y accesibles para todos los trabajadores de la empresa, que deberá incluir los aspectos sociales, laborales, éticos y ambientales, debidamente aprobada por el máximo responsable de la empresa.

Un mecanismo viable para este punto, es la organización de charlas explicando la implementación de la RSE en la empresa así como también la repartición de folletos informativos sobre el tema,

explicando de manera clara y concisa los parámetros a aplicar en la empresa.

Código de Conducta

Dentro de la misma área de alta dirección se establece que la empresa deberá elaborar un código de conducta, el cual ya está debidamente creado y aplicado en Ecuaquímica, llamado Reglamento Interno en lugar de Código de Trabajo.

Ecuaquímica para complementar los requisitos de la norma, deberá cumplir únicamente con el requisito de ponerlo a disposición de sus grupos de interés, ya que actualmente, cumple con la distribución a todas las personas que trabajan en la organización, es específico de la organización y coherente con sus valores y establece las medidas sancionadoras en caso de incumplimiento.

Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social

En este punto, Ecuaquímica no tiene un comité de gestión ética y responsabilidad social, para lo cual deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Será nombrado por el máximo responsable de la organización e integrado por las personas que éste designe, debiendo ser representativo de las áreas de gestión de la organización y pudiendo incorporar expertos externos.
- Asegurará los recursos (humanos, materiales y financieros) para garantizar que el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable se establece, implanta y mantiene de forma eficaz alineado con la estrategia y objetivos de la organización.

- Aprobará el modelo de relación y diálogo con los grupos de interés.
- Supervisará los planes e iniciativas en materia de Responsabilidad Social que se llevan a cabo garantizando el cumplimiento de los objetivos y metas de los mismos.
- Identificará los riesgos legales, sociales, laborales y ambientales que puedan afectar a la organización.
- Asesorará a la Dirección sobre sugerencias, iniciativas y propuestas de mejora.
- Asumirá la responsabilidad sobre la revisión e interpretación de la Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social y el Código de Conducta.
- Estará informado de las consecuencias para el sistema de gestión de cualquier cambio en la estructura de la organización.
- Se reunirá al menos semestralmente.

Responsable de Gestión Ética / Responsabilidad Social

La gerencia de la empresa, deberá nombrar a un responsable de Gestión Ética / Responsabilidad Social que deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Velará por el cumplimiento, seguimiento y coordinación del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (incluyendo la Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social y el Código de Conducta).
- Coordinará el Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social.

- Presentará al Comité la propuesta de plan, el inventario de iniciativas de Responsabilidad Social, el modelo de relación y diálogo con los grupos de interés y la categorización de riesgos legales, sociales y ambientales.
- Asesorará tanto a la Dirección como al Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, y a los responsables de las áreas de gestión sobre los aspectos que considere relevantes para el cumplimiento de los objetivos y metas.

Objetivos e indicadores

El plan de RSE deberá tener objetivos medibles, comparables y verificables, se pueden usar los mismos indicadores que usamos para el diagnóstico de la empresa para la re-evaluación del proceso y cumplimiento del plan.

Dialogo con los grupos de interés

La Alta Dirección desarrollará un modelo documentado de relación con los grupos de interés. Para ello se definirán los criterios para identificar y clasificar dichos grupos de interés, así como la metodología para detectar sus expectativas y establecer y priorizar los planes de acción y comunicación. Se conservarán evidencias de las comunicaciones.

Se debe realizar reuniones o mesas de trabajo con clientes, proveedores, trabajadores, y la alta dirección para establecer las necesidades y avances con cada uno, documentando dichos procesos.

Seguridad de la información

La seguridad de la información brindada por todos los grupos de interés deberá ser garantizada por la organización desde el inicio de la relación hasta el final de la misma

Política anticorrupción

La Alta Dirección establecerá una política pública de lucha contra la corrupción que establecerá, entre otras:

- Medidas para la erradicación de prácticas como el soborno o la extorsión.
- Criterios de emisión y recepción de regalos y atenciones.

Una medida para la erradicación de dichas prácticas, es que los trabajadores tengan claros las consecuencias según el reglamento interno con respecto al tema

- Vías para la detección y limitación de los conflictos de intereses.
- Transparencia frente a la contribución a partidos políticos.
- Mecanismos de consulta del personal ante acciones dudosas.

Es de suma importancia que, la alta dirección determine las vías de consulta previa al juzgamiento de una acción dudosa de un trabajador.

- Mecanismos de denuncia contra la corrupción.

El reconocimiento ante las denuncias de corrupción que se den en la empresa será definitivamente un aliciente para que los trabajadores se sientan incentivados a denunciar las prácticas corruptas en la empresa.

Seguimiento y evaluación

- Se definirán las responsabilidades, criterios de auditoría, métodos y alcance que garanticen la objetividad e imparcialidad de los resultados.
- Se documentarán las desviaciones detectadas y se llevarán a cabo las acciones necesarias para su corrección.
- Se elaborará un informe de auditoría que recoja las conclusiones y que será puesto a disposición del Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social.

Revisión por la Dirección y mejora continua

La Alta Dirección revisará el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable al menos anualmente, para asegurarse de su adecuación y eficacia, a través de indicadores de seguimiento y elaboración de planes de mejora continua.

La información de entrada para la revisión será al menos:

- Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social. Código de Conducta.

- Composición y actuaciones del Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social.
- Plan de Responsabilidad Social.
- Objetivos e indicadores.
- Modelo de relación y diálogo con los grupos de interés.
- Informes de auditoría.
- Acciones correctivas y preventivas puestas en marcha.

Informe de Responsabilidad Social y comunicación

La Alta Dirección presentará, al menos cada dos años, un informe de la situación de la Responsabilidad Social en su organización, el cual:

- Incluirá el perfil de la organización, la estrategia y gestión de la Responsabilidad Social, los mecanismos de diálogo con los grupos de interés y los principales indicadores económicos, sociales y ambientales.
- Estará a disposición pública.

4.1.2. Aplicación en el área de Clientes

Según el resultado del indicador aplicado, Ecuaquímica tiene un 93% de satisfacción con respecto al área de clientes.

Sin embargo, se debe desarrollar los siguientes parámetros:

Investigación, desarrollo e innovación responsable

Este parámetro Ecuaquímica lo ha venido desarrollando a lo largo de su desarrollo como empresa, ya que es vital para cubrir las necesidades de sus clientes, la investigación y desarrollo de los

productos necesarios para cubrir los diferentes mercados en los que se encuentra.

Principios de calidad

Teniendo como respaldo la Norma ISO 9001, Ecuaquímica al momento ofrece una calidad óptima en los procesos de producción y por ende en los productos finales comercializados.

Buenas prácticas en las relaciones comerciales

La organización presentará en todo momento una información clara y honesta de su oferta comercial. Para ello dispondrá de los siguientes aspectos:

- Identificación clara e inequívoca del producto o servicio y la oferta comercial.
- El contrato, que incluirá precio, condiciones de pago y entrega.
- Garantía y servicio postventa (siempre que proceda).
- Un sistema documentado para admitir, tramitar y registrar, las reclamaciones de los clientes, incluyendo las causas, el tratamiento dado y la respuesta.

Seguridad del producto o servicio

Las especificaciones técnicas ya están implementadas en todos los productos de Ecuaquímica, así como las normas de salud, seguridad y medio ambiente. Si se descubrieran defectos en el diseño, fabricación o distribución en cualquier momento después del suministro, deberá informarse adoptarse las medidas para su reparación o reposición.

Accesibilidad

La organización promoverá la accesibilidad global en sus productos, servicios e instalaciones mediante la identificación, puesta en marcha y seguimiento de acciones concretas.

Publicidad responsable

La organización establecerá principios y prácticas de publicidad responsable que serán conocidos por el Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social y los departamentos afectados, e incorporarán el tratamiento que se aplicará en caso de su incumplimiento. Estos principios y prácticas serán de aplicación en el proceso de captación comercial.

4.1.3 Aplicación en el área de Proveedores

Según el resultado del indicador aplicado, Ecuaquímica tiene un 66% de satisfacción con respecto al área de clientes, teniendo que aplicar los siguientes parámetros:

Compras responsables

La organización definirá sus criterios de compra responsable en función de los aspectos éticos, laborales, sociales y ambientales que considere oportunos y que superen los requisitos legales aplicables.

Sistema de diagnóstico y evaluación

La organización establecerá un sistema de diagnóstico clasificación de los proveedores en función de los distintos niveles de riesgo.

Asimismo, la organización establecerá una metodología de evaluación de proveedores basada en los criterios de compras responsables previamente definidos que cubra progresivamente a los distintos grupos de riesgo detectados.

Fomento de buenas prácticas, medidas de apoyo y mejora

La organización, en la medida de sus posibilidades, colaborará con sus proveedores en la mejora continua de los resultados obtenidos en el proceso de diagnóstico y evaluación.

4.1.4. Aplicación en el área de Personas que integran la organización

Derechos Humanos

La organización evidenciará que en materia de Derechos Humanos lleva a cabo un control y seguimiento del cumplimiento de los mismos en su relación con el personal de la organización, con atención especial a los ligados a la actividad empresarial, tales como:

- Derecho de asociación (libertad de sindicación y derecho a la negociación colectiva).
- Derechos de la infancia y la juventud (supresión de la explotación infantil y trabajos forzados).
- Derecho a unas condiciones de empleo equitativas y satisfactorias.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

La organización garantizará el respeto del Principio de Igualdad de Oportunidades, de forma específica en el acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución. Asimismo, se garantizará la ausencia de discriminación por circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura, entre otras. Y controlará expresamente que su personal no sea destinatario de conductas no deseadas que tengan como objetivo o consecuencia el atentado contra la dignidad o la creación de un entorno intimidatorio, humillante u ofensivo.

Ecuaquímica ha tomado en cuenta todas las habilidades de sus trabajadores, promoviéndolos y fomentando su desarrollo profesional, sin distinción de raza, género, origen étnico, etc.

Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

La organización facilitará la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de las personas que la integran mediante políticas activas de las que mantendrá registros de resultados.

La organización tiene facilidades para sus trabajadores en cuanto a facilitar requerimientos económicos cuando de problemas familiares se trata, no solo ofrece ayuda económica, sino también ayuda profesional en el ámbito familiar.

Seguridad y salud laboral

La organización desarrollará los mecanismos que garanticen la seguridad y salud en su actividad, que habrá de quedar integrada en todas sus áreas de gestión. Asimismo garantizará el

cumplimiento de las disposiciones en materia de prevención de riesgos laborales.

Ecuaquímica se encuentra en proceso de calificación OSHA 18001 que lo acredita como una empresa que cumple con todos los estándares de Seguridad y Salud Laboral.

Descripción del puesto de trabajo

La organización mantendrá actualizada y a disposición de las personas que trabajan en ella la descripción de los puestos de trabajo. Dicha descripción incluirá los requisitos del puesto, responsabilidades, dependencias jerárquicas y funcionales así como los sistemas y parámetros de evaluación del desempeño.

Formación y fomento de la empleabilidad

Se deberán evaluar periódicamente las necesidades de formación, estableciendo los programas necesarios para que los empleados actualicen y desarrollen sus competencias, de acuerdo con los objetivos generales de la organización.

La organización asegurará que los empleados reciben información acerca del Código de Conducta así como de aquellos aspectos relacionados con el sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable que incidan en sus áreas de responsabilidad o que sean de interés general.

Seguimiento del clima laboral

La organización llevará a cabo una evaluación del clima laboral al menos cada tres años, analizará los resultados y pondrá en marcha los mecanismos necesarios para su mejora continua.

Reestructuración responsable

En caso de reestructuración, la organización ha de tener en cuenta las necesidades, intereses y demandas de las partes afectadas por el proceso, reduciendo en la medida de lo posible los impactos negativos asociados.

Canal de resolución de conflictos

La organización pondrá a disposición de todas las personas que la integran las vías adecuadas para dirigir sus sugerencias, quejas o denuncias sobre aspectos relacionados con la Gestión Ética y Socialmente Responsable de la organización. Se mantendrá un registro de las entradas y las medidas puestas en marcha para su resolución, así como de su eficacia.

4.1.5. Aplicación en el área de Entorno Social

La empresa deberá cumplir los siguientes parámetros, luego de obtener en los indicadores, un 54% de satisfacción en esta área

Evaluación y seguimiento de impactos

La organización tendrá en cuenta las repercusiones que tienen sus actividades en las comunidades en las que opera. Para ello identificará los impactos sociales, tanto positivos como negativos, de su actividad y adoptará las medidas oportunas para mejorar su contribución a la sociedad.

Transparencia con el entorno

La organización velará por la transparencia en su actividad con respecto a su entorno social, facilitando cauces de comunicación y cooperación con los grupos de interés.

Acción social

En el caso de que la organización realice acciones solidarias o de acción social, elaborará anualmente un informe que las especifique. Dicho informe incluirá los resultados obtenidos de acuerdo con la importancia social o económica de las mismas.

Comunicación Social

La organización informará, al menos cada dos años, sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

4.1.6. Aplicación en el área de Entorno Ambiental

La empresa deberá cumplir los siguientes requisitos en sus procesos de producción, aparte de los ya implementados, tras los requerimientos exigidos por sus proveedores y alianzas en el exterior:

Prevención de la contaminación y estrategia frente al cambio climático

La organización se comprometerá públicamente a prevenir la contaminación generada por sus operaciones y productos, incluyendo estrategias contra el cambio climático, así como a mejorar de forma continua su desempeño ambiental favoreciendo el objetivo global de desarrollo sostenible

Identificación de actividades e impactos

La organización identificará, registrará y evaluará aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.

Programa de gestión ambiental

La organización establecerá un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental para sus plantas o centros de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades.

Este programa se revisará anualmente y siempre que se produzcan cambios en la organización que pudieran afectar a la identificación vigente.

Plan de riesgos

La organización establecerá un plan para evaluar, prevenir y gestionar los riesgos ambientales asociados a su actividad, así como para mitigar los impactos adversos en el entorno.

El plan incluirá registros de casos de accidentes, incidentes y situaciones de emergencia, así como las medidas tomadas para su corrección y prevención.

Este plan se revisará anualmente y siempre que se produzcan cambios en la organización que pudieran afectar a la identificación vigente.

Comunicación ambiental

La organización informará, al menos cada dos años, sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

4.1.7. Aplicación en el área de Inversores

La organización deberá tener los siguientes lineamientos con respecto al área de inversores:

Buen Gobierno

La relación de la organización con cualquiera de sus inversores, seguirá los principios rectores de transparencia, lealtad, y creación de valor de forma sostenible. Para ello formalizará un protocolo de relaciones con inversores o Código de Buen Gobierno, que pondrá a disposición de los mismos. En dicho protocolo, la organización definirá al menos los siguientes elementos:

- Las relaciones entre propiedad y gestión de la organización.
- El contenido de la información periódica que se pondrá a disposición de los inversores.
- La frecuencia de dicha información.
- Las vías puestas a disposición del inversor para solicitar y recibir información en cualquier momento.

Transparencia de la información

La organización deberá hacer públicas y accesibles sus cuentas anuales.

4.1.8. Aplicación en el área de Competencia

Competencia leal

La organización respetará los derechos de propiedad de sus competidores, fomentando acudir a acuerdos entre las partes o fórmulas de arbitraje, como vía de resolución de diferencias al respecto. Asimismo, la organización no utilizará acciones indebidas para recabar información sobre sus competidores. Se mantendrá un registro actualizado que recabe las denuncias y requerimientos realizados por los competidores.

La organización no difundirá información falseada o tendenciosa en contra de sus competidores.

Cooperación y alianzas

La organización fomentará la incorporación a asociaciones y foros de interés común, que sirva de encuentro con sus competidores y de intercambio de experiencias.

4.1.9. Aplicación en el área de Administraciones Públicas

La organización establecerá los canales de comunicación y diálogo que considere convenientes con las Administraciones con las que se relacione con el fin de cooperar en el desarrollo de una cultura de Gestión Ética y Socialmente Responsable en la comunidad donde opera.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DEL IMPACTO PRODUCTIVO, FINANCIERO Y SOCIAL

Se analizara cómo aumenta la función de producción de la empresa al determinar el factor de RSE, que para nuestro caso particular será la iniciativa de la empresa al aplicar el modelo de responsabilidad social.

Se espera que al aplicarse dicho instrumento como incentivo, la producción, ingreso y el bienestar social aumente.

5.1 Significado de Producción

La producción se puede definir como cualquier utilización de recursos que permita transformar uno o más bienes en otro(s) diferente(s). Los bienes pueden ser diferentes en términos de ciertas características físicas de los mismos, de su ubicación geográfica o de su ubicación temporal. Por ejemplo, es producción transformar leche en queso (distintas características físicas), pero también es producción transportar queso desde Francia hasta Estados Unidos (distinta ubicación geográfica), y también es producción en el sentido amplio que le estamos dando en este artículo, mantener ese queso francés desde el mes de enero hasta el mes de marzo (distinta ubicación temporal).

La producción incluye tanto a bienes como servicios, el término "bien" se refiere a ambos.

La producción es una variable flujo, que está medida en relación a un período de tiempo determinado. Así, se debe referir a la producción haciendo referencia a una medida del periodo; por ejemplo, la producción de kilos de queso por año. También, al analizar la función de producción del lado de los insumos, se habla en términos de flujo.

5.1.1 Función de Producción

La función de Producción es el resultado de las combinaciones que existen entre el producto obtenido y la combinación de factores que se utilizan en su obtención.

Dado el estado de la tecnología en un momento dado del tiempo, la función de producción nos indica que la cantidad de producto Q que una empresa puede obtener es función de las cantidades de capital (K), trabajo (L), tierra (T) e iniciativa empresarial (H), de modo que:

$$Q = f(L, K, T, H)$$

El objetivo de la empresa es maximizar sus ganancias, o sea lograr la máxima diferencia positiva entre el ingreso total y el costo total.

Los plazos de La producción:

- **Corto Plazo:** Por lo menos uno de los factores de producción es fijo (por lo menos el capital de la empresa; por ejemplo, su planta).
- **Largo Plazo:** Todos los factores de producción son variables.

5.1.2 Curva de Frontera de Posibilidades de Producción

La Frontera de Posibilidades de Producción (FPP) refleja las opciones que se le ofrecen a la sociedad y la necesidad de elegir entre ellas. Es decir, la FPP señala el límite entre las combinaciones de bienes y servicios que es posible producir y las que no.

Una economía está situada sobre la FPP cuando todos los factores de que dispone se están utilizando para la producción de bienes y servicios. Un sistema productivo es eficiente, en términos económicos, cuando no se puede incrementar la producción de un bien sin disminuir la de otro. Si todos los recursos están siendo plena y eficientemente utilizados, producir una cantidad mayor de un bien, exigirá necesariamente producir menos de otro, esto es, tendrá un costo de oportunidad.

Al moverse dentro de una curva de posibilidades de producción de un punto a otro, la sociedad está transformando un bien en otro, lo que refleja que los recursos son susceptibles de emplearse en distintos usos.

Aunque la Frontera de Posibilidades de Producción FPP define el límite entre lo que es alcanzable y lo que es inalcanzable, ese límite no es estático; cambia constantemente. Algunas veces la FPP se desplaza hacia adentro, reduciendo las posibilidades de producción (por ejemplo, las sequías y otras condiciones climatológicas desplazan la frontera hacia adentro). En ocasiones, la frontera se desplaza hacia afuera (por ejemplo, condiciones excelentes de cultivo y cosecha, ideas nuevas).

Eficiencia Técnica y Eficiencia Económica.

El concepto de eficiencia en economía se asocia con el hecho de emplear la menor cantidad posible de recursos para obtener una determinada cantidad de producto.

Eficiencia Técnica.

Aunque el estado de la tecnología es un dato para el empresario, éste tratará, sin embargo, de actuar racionalmente a la hora de escoger la combinación de factores que le permita obtener la cantidad de producto que él desee. El conocimiento de la tecnología es un primer paso de esta elección, pues la empresa buscará la eficiencia técnica y desechará aquellas combinaciones de factores que, para obtener una cantidad de producto determinada, exijan el empleo de mayores cantidades de dichos factores.

Un método de producción es técnicamente eficiente si la producción que se obtiene es la máxima posible con las cantidades de factores especificadas.

Eficiencia Económica.

La técnica o método de producción eficiente económicamente es aquel que sea más barato para un conjunto de precios de los factores

5.1.3 Producto Total, Medio y Marginal

Producto Físico Total (Pft)

Es la cantidad máxima de un bien que se puede obtener de diferentes combinaciones de factores (trabajo y capital) por unidad de tiempo.

Producto Físico Marginal (Pfm)

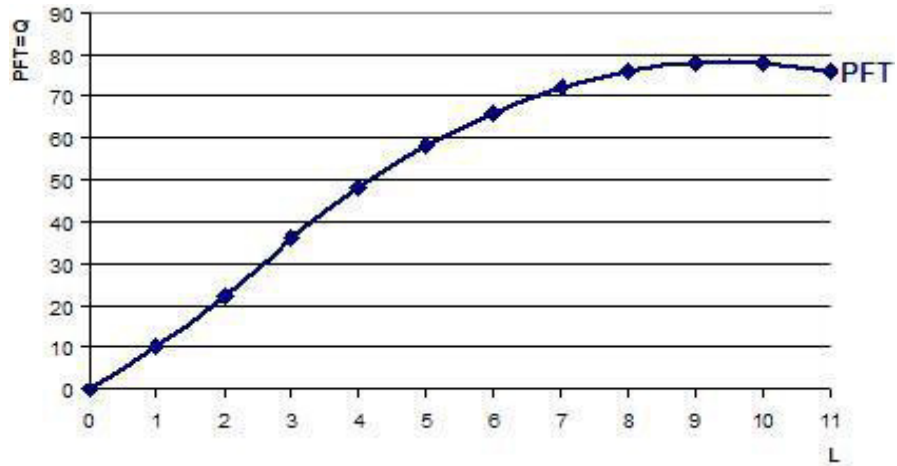
Es la producción extra creada como resultado del empleo de una unidad adicional de un factor de producción. En este caso es la cantidad adicional en que incrementa el producto total cuando se emplea una unidad adicional de trabajo (factor variable). Matemáticamente el PFM es la pendiente (o derivada) de PFT.

Producto Físico Medio (Pfme)

Es la producción promedio generada por cada unidad de factor productivo (en este caso el trabajo, el factor variable).

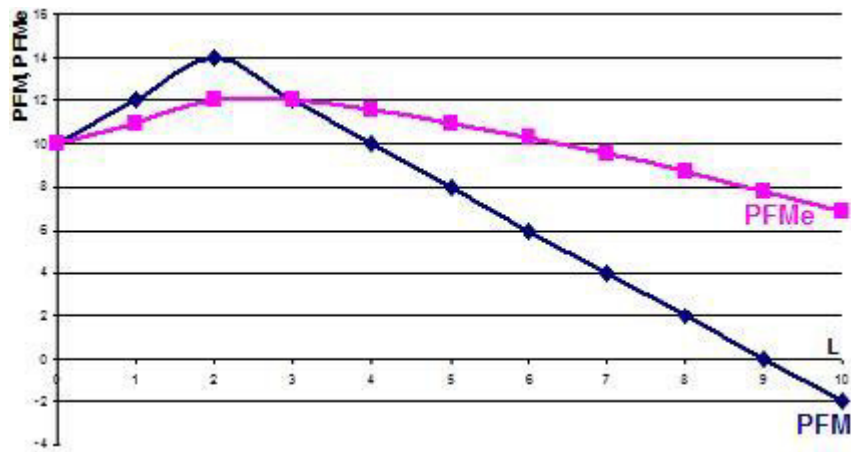
Gráficamente se concluiría con lo siguiente:

GRÁFICO 6 PRODUCTO FÍSICO TERMINADO



Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO 7 PRODUCTO FÍSICO MEDIO VS. PRODUCTO FÍSICO MARGINAL

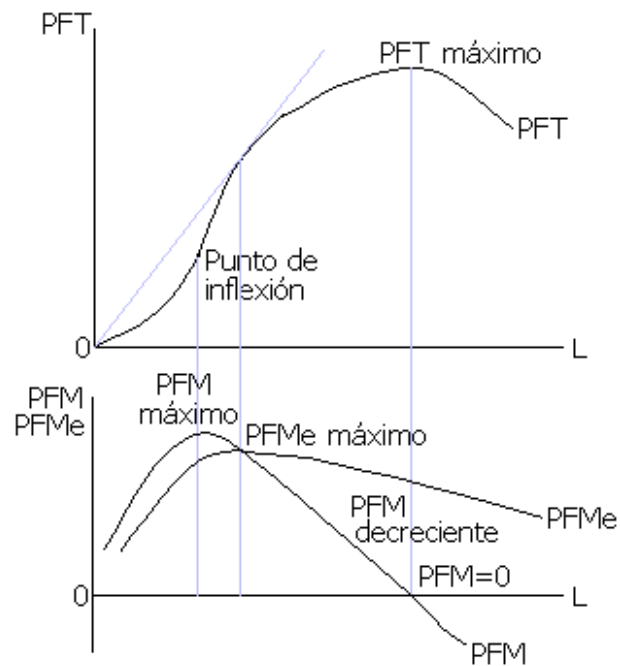


Elaborado por: Los Autores

Relaciones entre Las Curvas de Producción:

- La curva de PFT es cóncava hacia arriba hasta el punto de inflexión, y a partir de ahí será cóncava hacia abajo.
- En el punto de inflexión el PFM alcanza su punto máximo.
- Cuando la curva de PFT alcanza su punto máximo el PFM es igual a cero.
- La curva de PFMe alcanza su punto máximo cuando interseca a la gráfica de PFM.

GRÁFICO 8 RELACIONES ENTRE LAS CURVAS DE PRODUCCION



Fuente: www.auladeeconomia.com

Ley de los rendimientos decrecientes:

En cualquier tipo de actividad productiva, si se van incrementando gradualmente las unidades de un factor, permaneciendo constantes las demás, el volumen de producción, la relación entre éste y el factor variable y la productividad marginal, primero crecen más que proporcionalmente, luego aumenta menos que proporcionalmente y finalmente decrecen.

El comportamiento de estas variables, universalmente comprobado por la experiencia, está identificado como la ley de la productividad decreciente o principio de los rendimientos decrecientes.

Este fenómeno tiene una explicación: dada una empresa con una capacidad determinada por los medios de producción instalados, cuando comienzan a incorporarse las primeras unidades del factor variable, las posibilidades de acrecentar la producción y la productividad son muy grandes, porque la disponibilidad de maquinarias, instalaciones, etc. son muy amplias; a medida que la capacidad de explotación se van utilizando más intensivamente, el ritmo de expansión se hace más lento, hasta llegar a un punto en que se produce la saturación. Entonces, si se pretende seguir aumentando el producto, tendrán que incorporarse más unidades de los otros factores.

El nivel en el que le conviene al productor cesar la incorporación de unidades del factor variable depende de diversos elementos: de los costos fijos y variables, de la política de ventas que se siga, etc.

Las estrategias para incrementar la productividad de los factores dentro de las limitaciones analizadas pueden ser:

- Progreso tecnológico.
- Incentivación del trabajo.
- Elevación del nivel organizativo de la empresa.
- Mejoramiento en el planeamiento del proceso productivo.

Cuando por lo menos un factor es fijo, una empresa experimentará un producto físico marginal decreciente conforme emplea una mayor cantidad de un factor variable (por ejemplo, mano de obra), esto a partir de un cierto punto (punto de inflexión).

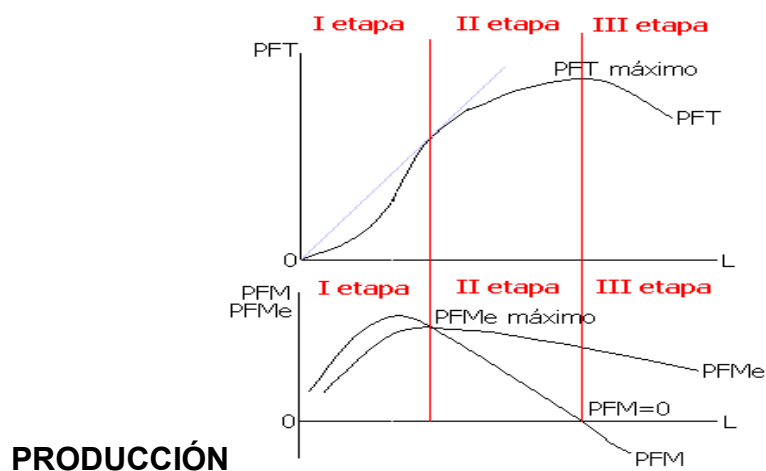
Las Etapas de la Producción

Las gráficas anteriores permiten distinguir tres etapas de la producción:

1. La primera etapa: se caracteriza porque el PFM es mayor que el PFMe. Va desde la producción de cero unidades hasta el punto en que el PFMe es máximo e igual al PFM.
2. La segunda etapa: en esta etapa el PFMe es mayor que el PFM. Empieza donde termina la primera y finaliza donde el PFM es igual a cero (cuando PFT es máximo).
3. La tercera etapa: en esta etapa el PFM es negativo.

Los productores se ubicarán en algún punto de la segunda etapa, que es donde alcanzan la mayor eficiencia.

GRÁFICO 9: ETAPAS DE



Fuente: www.auladeeconomia.com

5.2 Función de Producción Cobb Douglas

Esta función de producción es quizás la más utilizada en la economía, basando su popularidad en su fácil manejo y el cumplimiento de las propiedades básicas que los economistas consideran deseables. Esta función de producción es neoclásica por excelencia.

La existencia de esta función se debe a Paul Douglas y su amigo matemático Charles Cobb, En 1927 Douglas descubrió que la distribución de la renta entre trabajo y capital en EEUU se había mantenido más o menos constante a lo largo del tiempo. Luego de este descubrimiento Paul acudió a su amigo el matemático Charles y le preguntó si no había alguna función de producción que mantenía las particiones constantes en los factores. Y la función de producción resultante fue la siguiente:

$$Y_t = AK_t^\alpha L_t^\beta$$

Y_t =Producción

A = Factor técnico exógeno

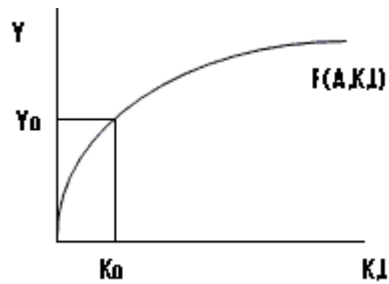
K_t = Stock de Capital

L_t = Números de empleados en una economía

En esta función propuesta por Cobb Douglas, α y β son los parámetros que representa el peso de los factores K y L que son los factores productivos en la distribución de la renta. A es el progreso técnico o Productividad total de los factores (PTF). La PTF no es una variable directamente observable, pues representa un estado no cuantificable formado por factores tales como: la organización empresarial, los conocimientos de los empresarios y trabajadores o el nivel de aplicación de tecnologías y/o manuales de procedimientos para la mejora de la productividad. La idea de función de producción es muy intuitiva, pues representa combinaciones de los factores de capital, trabajo y que satisface las propiedades de:

- Rendimientos constantes a escala. Es decir si el capital y el trabajo se incrementan en la misma proporción, la producción aumentara en la misma proporción.
- Productividad marginal positiva y decreciente. Esta función es la que introduce el postulado más básico de la economía clásica, los rendimientos marginales decrecientes, tanto de capital como trabajo.

GRÁFICO 10 PRODUCTIVIDAD MARGINAL POSITIVA DECRECIENTE



Elaborado por: Los Autores

5.2.1 Linealización de la función.

Para la estimación del modelo por M.C.O., hay que partir de una función lineal en los parámetros. Dado que esta función no cumple con la condición, por eso es necesario realizar un proceso de linealización. La transformación más usual es aplicarle logaritmos naturales para que quede de la siguiente manera:

$$Y_t = AL_t^\alpha K_t^\beta$$

Aplicando logaritmos naturales a la ecuación:

$$\ln Y_t = \beta_0 + \beta_1 \ln L_t + \beta_2 \ln K_t + u_t$$

Esta es la nueva forma funcional sobre la cual se realizara la estimación del modelo. Como se puede demostrar los parámetros de esta ecuación, β_1 y β_2 son las elasticidades. β_1 es la elasticidad producto-empleo y β_2 es la elasticidad producción-capital.

La suma de los betas nos da información sobre los rendimientos decrecientes:

- Si es igual a 1, los rendimientos son constantes
- Si es < 1 , los rendimientos son decrecientes
- Si es > 1 , los rendimientos son crecientes

5.3 Estimación de la Función de Producción

Se procederá a estimar la función de producción de la empresa por el método de MCO, para encontrar los valores de α y β que son los parámetros que representan el peso de los factores K y L, además al realizar la estimación se obtendrá una intercepción que será el equivalente a la constante del modelo (**A**).

Esta última representa como se menciono anteriormente la Productividad Total de los factores. Mediante este método utilizado podemos encontrar un valor estimado de esta variable que no es medible, ya que esta representa muchas veces, el nivel de preparación y estudios de los empleados, el nivel tecnológico de la empresa y/o manuales de procedimientos para la mejora de la productividad en nuestro caso particular la aplicación del modelos de RSE a esta empresa.

5.3.1. Cálculo de la Función de Producción.

Se tomara como modelo la función de producción Cobb Douglas por su fácil aplicación ya cumple con los supuestos deseables de rendimientos constantes a escala y productividad marginal positiva y decreciente

Se solicito la información histórica de la producción agregada de 20 años hasta la actualidad de las siguientes variables detalladas a continuación:

- Unidades Producidas (Y): Numero de producidos.
- Trabajo(L): Numero de trabajadores
- Capital Físico (K): Valor real de maquinas, equipos y construcciones.

Los datos son los siguientes:

TABLA 6: DATOS HISTÓRICA DE UNIDADES PRODUCIDAS, MANO DE OBRA Y CAPITAL FÍSICO

ECUAQUIMICA			
Años	Producto T/U. Producidas	Mano de Obra	Capital Fisico
1991	2,852,215	203	4,702,041
1992	2,881,620	230	4,702,041
1993	3,058,045	271	4,702,041
1994	3,528,514	298	4,702,041
1995	3,199,186	298	4,702,041
1996	3,793,152	339	5,877,551
1997	4,263,621	406	5,877,551
1998	4,998,728	433	5,877,551
1999	5,322,175	474	5,877,551
2000	4,881,111	406	7,053,062
2001	5,145,749	474	7,053,062
2002	5,586,813	515	7,053,062
2003	6,233,708	569	7,053,062
2004	6,468,942	596	7,053,062
2005	6,086,686	610	8,228,572
2006	6,704,176	596	8,228,572
2007	6,645,368	637	8,228,572
2008	7,057,027	704	8,228,572
2009	7,939,156	745	8,228,572
2010	8,233,199	786	8,228,572

Elaborado por: Los Autores

A estos datos se les aplica logaritmo natural para seguir con el proceso de linealización de la función Cobb Douglas obteniendo los siguientes resultados:

TABLA 7: LOGARITMOS NATURALES APLICADOS A LOS DATOS HISTÓRICOS

LN		
Y	L	K
Producto Total En Unid P	Mano de Obra	Capital Físico
14.86360655	5.313205979	15.36350726
14.87386305	5.438079309	15.36350726
14.93328647	5.602118821	15.36350726
15.07638731	5.697093487	15.36350726
14.97840691	5.697093487	15.36350726
15.14870798	5.826000107	15.58665081
15.26562931	6.00635316	15.58665081
15.42469401	6.070737728	15.58665081
15.4873926	6.161207322	15.58665081
15.40088336	6.00635316	15.76897237
15.45368155	6.161207322	15.76897237
15.53591964	6.244166901	15.76897237
15.64548185	6.343880434	15.76897237
15.68252312	6.390240667	15.76897237
15.62161436	6.413458957	15.92312305
15.7182412	6.390240667	15.92312305
15.70943057	6.456769656	15.92312305
15.76953442	6.556778356	15.92312305
15.88731753	6.613384218	15.92312305
15.92368517	6.666956792	15.92312305

Elaborado por: Los Autores

Luego se utilizan las herramientas de Excel y se procede a realizar la regresión obteniendo los siguientes resultados, tomando como variable independiente el Producto Total en Unidades Producidas (Y), y como variables dependientes la Mano de Obra (L) y el Capital Físico (K).

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.989964404
Coefficiente de determinación R ²	0.98002952
R ² ajustado	0.977680052
Error típico	0.050861626
Observaciones	20

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	2	2.158142182	1.079071091	417.1282322	3.57522E-15
Residuos	17	0.043977384	0.002586905		
Total	19	2.202119566			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	7.482159982	1.918371134	3.900267185	0.001151028	3.434750717	11.52956925	3.434750717	11.52956925
Mano de Obra	0.731494828	0.085170026	8.588641574	1.3701E-07	0.551801782	0.911187875	0.551801782	0.911187875
Capital Físico	0.221574703	0.15294829	1.448690292	0.165618647	-0.101117979	0.544267384	-0.101117979	0.544267384

Tabla 8: Resultado de la Regresión del Modelo Linealizado para la empresa ECUAQUIMICA.

Los resultados de la regresión determinan que la función lineal de producción de ECUAQUIMICA es:

$$\ln Y_t = \beta_0 + \beta_1 \ln L_t + \beta_2 \ln K_t + u_t$$

$$\ln Y_t = 7.4821 + 0.731494 \ln L_t + 0.221574 \ln K_t + u_t$$

Pero para analizar modelos que se relacionan vía funciones de potencias, por el método de los mínimos cuadrados, es preciso realizar un cambio de variable a fin de «linealizar la función», esto se logra aplicando logaritmo natural a ambos lados de la igualdad de la ecuación: $Y = A_0 L^m K^n$

$$\ln(Y) = \ln(A_0 L^m K^n)$$

$$\ln(Y) = \ln(A_0) + \ln(L^m) + \ln(K^n)$$

$$\ln(Y) = \ln(A_0) + m \ln(L) + n \ln(K)$$

$$\ln(Y) = m \ln(L) + n \ln(K) + \ln(A_0)$$

Si hacemos el cambio de variable $A' = \ln(A)$, $L' = \ln(L)$, y $K' = \ln(K)$ tendremos un modelo lineal en las nuevas variables:

$$Y' = m L' + n K' + b; \text{ donde, } b = \ln(A_0)$$

De esta manera podremos analizar los datos obtenidos del experimento como si pertenecieran a un modelo lineal. Aplicando entonces el método de los mínimos cuadrados encontramos los parámetros y podemos escribir la ecuación explícita de la recta:

- De los mínimos cuadrados: $(m \pm S_m)$; $(n \pm S_n)$; $(b \pm S_b)$

- El modelo linealizado: $Y' = (m \pm Sm) L' + (n \pm Sn) K' + (b \pm Sb)$

Sin embargo, este es un resultado parcial, puesto que se requiere conocer el modelo original, es decir, el modelo que relaciona a Y con L y K, y no a Y' con L' y K'. Para obtener esta información, basta con aplicar la función inversa del logaritmo, la exponencial, al modelo linealizado:

$$e^{Y'} = e^{[(m \pm sm)L' + (n \pm sn)K' + (b \pm sb)]}$$

$$e^{Ln(Y)} = e^{[(m \pm sm)Ln(L) + (n \pm sn)Ln(K) + (b \pm sb)]}$$

$$e^{Ln(Y)} = e^{[(m \pm sm)Ln(L)]} e^{[(n \pm sn)Ln(K)]} e^{[(b \pm sb)]}$$

$$Y = (e^{[b \pm sb]}) L^{(m \pm sm)} K^{(n \pm sn)}$$

Al aplicar las propiedades matemáticas encontramos la equivalencia entre las funciones estudiadas y obtenemos nuestra función original

$$Y_t = AL_t^\alpha K_t^\beta$$

$$Y_t = 1776L_t^{0.731494} K_t^{0.221574}$$

5.4 Interpretación de resultados

Yt: Coeficiente del término independiente

α: Coeficiente que acompaña a L (Mano de Obra)

β : Coeficiente que acompaña a K (Capital Físico)

Se0: Error estándar de la constante A

Se1 al Se2: Error estándar de cada uno de los coeficientes de las Variables Independientes

SeY: Error estándar de la correlación

R²: Coeficiente de Determinación

F: Estadístico F

df: Grados de libertad [n - (k+1)]

SCR: Suma del cuadrado de la regresión

SCE: Suma del cuadrado del error

5.5 Relación Entre El Ingreso y la Producción

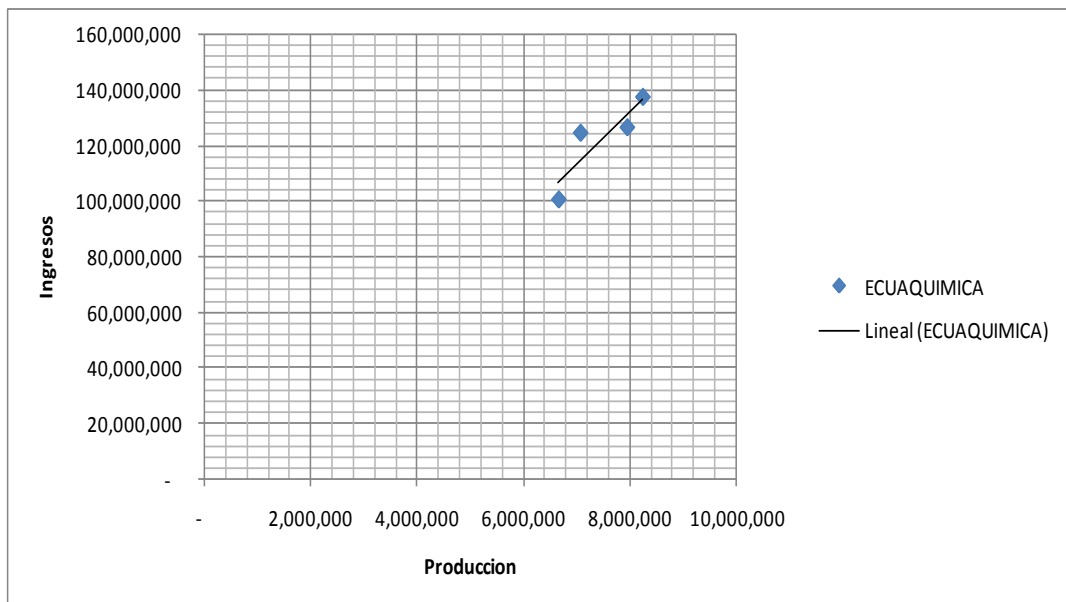
Para fines de estudios se realizó una regresión del Ingreso en base a la producción con los siguientes datos:

TABLA 9: INGRESOS EN BASE A LA PRODUCCIÓN

ECUAQUIMICA				
Años	Ingersos	Produccion	% Produccion	% Ingresos
2007	100,542,106	6,645,368		
2008	124,696,269	7,057,027	24.02%	6.19%
2009	126,684,550	7,939,156	1.59%	12.50%
2010	137,693,438	8,233,199	8.69%	3.70%

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO 11: INGRESOS VS. PRODUCCIÓN



Elaborado por: Los Autores

Luego de la utilización de las herramientas de Excel, los resultados son los siguientes:

Función de Ingreso que depende exclusivamente de la Producción:

$$I_t = -16559294.06 + 18.61Y_t$$

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.882230903
Coefficiente de determinación R ²	0.778331366
R ² ajustado	0.667497049
Error típico	9027459.272
Observaciones	4

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	5.72297E+14	5.72297E+14	7.02247631	0.117769097
Residuos	2	1.6299E+14	8.1495E+13		
Total	3	7.35287E+14			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	-16559294.06	52633004.16	-0.314618068	0.782840396	-243020833.1	209902244.9	-243020833.1	209902244.9
Produccion	18.60613225	7.021193824	2.64999553	0.117769097	-11.60362652	48.81589102	-11.60362652	48.81589102

Tabla 10 Resultados de la Regresión del Ingreso en base a la Producción para ECUAQUÍMICA

5.6 Resultado Del Impacto Productivo, Financiero

TABLA 11: TABLAS DE RESULTADOS

<i>Coefficientes Yt</i>			<i>Coefficientes It</i>	
	<i>Lineal</i>	<i>Cobb Douglas</i>		
Intercepción	7.482159982	1776.072922	Intercepción	-16559294.06
Mano de Obra	0.731494828	0.731494828	Produccion	18.60613225
Capital Físico	0.221574703	0.221574703		

Nivel de Prod, MO, CF e INGRESOS con un nivel del 62.9% de RSE				
Año	Producto T/U. Producidas	Mano de Obra	Capital Físico	INGRESOS
2010	7,937,950	786	8,228,572	131,135,259

Tasa Promedio de Crecimiento de la Prod 6.40% Nivel Actual de RSE 62.90%
 Nivel de Implementacion Anual de RSE 7.42%
 37.10% % faltante para la Implementacion Total

2011	% de RSE	Prod 2010 - 2011
rse 2010	62.90%	7,937,950
rse 2011	70.32%	8,874,351

2012	% de RSE	Prod 2011 - 2012
rse 2011	70.32%	8,874,351
rse 2012	77.74%	9,810,751

2013	% de RSE	Prod 2012 - 2013
rse 2012	77.74%	9,810,751
rse 2013	85.16%	10,747,152

2014	% de RSE	Prod 2013 - 2014
rse 2013	85.16%	10,747,152
rse 2014	92.58%	11,683,552

2015	% de RSE	Prod 2014 - 2015
rse 2014	92.58%	11,683,552
rse 2015	100.00%	12,619,953

TABLA 12: ANÁLISIS DIFERENCIAL ENTRE LA PRODUCCIÓN E INGRESO VS. LA PRODUCCIÓN E INGRESO CON RSE

Nivel de Prod, MO, CF e INGRESOS con un nivel incremental al 100% en 5 años de RSE									
Año	Producto T/U. Producidas	PT RSE	Nivel de RSE	% PT vs PTRSE	Mano de Obra	Capital Físico	INGRESOS	INGRESOS RSE	% PT vs PTRSE
2010	7,937,950	7,937,950	62.90%	-	786	8,228,572	131,135,259	131,135,259	-
2011	8,445,979	8,874,351	70.32%	5.07%	786	8,228,572	140,587,710	148,558,051	5.67%
2012	8,986,522	9,810,751	77.74%	9.17%	786	8,228,572	150,645,119	165,980,842	10.18%
2013	9,561,659	10,747,152	85.16%	12.40%	786	8,228,572	161,346,201	183,403,633	13.67%
2014	10,173,605	11,683,552	92.58%	14.84%	786	8,228,572	172,732,153	200,826,425	16.26%
2015	10,824,716	12,619,953	100.00%	16.58%	786	8,228,572	184,846,805	218,249,216	18.07%

Elaborado por: Los Autores

TABLA 13: DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DIFERENCIADO POR DIVISIONES

ECUAQUIMICA							
Division	% de Participacion Produccion	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agro	40%	3,175,180	3,549,740	3,924,301	4,298,861	4,673,421	5,047,981
Farma Consumo	25%	1,984,488	2,218,588	2,452,688	2,686,788	2,920,888	3,154,988
Veterinaria	15%	1,190,693	1,331,153	1,471,613	1,612,073	1,752,533	1,892,993
Semillas	20%	1,587,590	1,774,870	1,962,150	2,149,430	2,336,710	2,523,991
Total	100%	7,937,950	8,874,351	9,810,751	10,747,152	11,683,552	12,619,953

Elaborado por: Los Autores

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Los datos numéricos corroboran el incremento de la producción y el ingreso periódicamente hasta alcanzar el nivel del 100% de RSE
- Mediante los datos obtenidos en el capítulo anterior demostramos que, manteniendo los factores de Capital (K) y Trabajo (L) constantes, la implementación del modelo de RSE (SGE21) en Ecuaquímica proporcionaría un significativo incremento en su nivel de producción. La mejora en el desempeño productivo de sus empleados debido a factores motivacionales, fortalecería el compromiso hacia la Organización alcanzando una mayor eficiencia y minimizando errores.
- Con diversas iniciativas de RSE, particularmente aquellas que están orientadas al medio ambiente y ambiente laboral, pueden reducir los costos drásticamente, disminuir los gastos e improductividad ayudando así a una mejora financiera. En el área de recursos humanos, programas de balance entre la vida personal y el trabajo, reducen el ausentismo e incrementan la retención de empleados, también permiten a las empresas ahorrar dinero gracias a un incremento en la y reducción de costos de contratación y entrenamiento.

- Si se aplica la RSE los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la RSE. Una empresa considerada socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación entre el público, así como de su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados.
- En la economía global, la imagen de marca y la reputación están entre las más valoradas fortalezas. Prácticas de marketing responsable, por naturaleza, son altamente visibles para los consumidores y tienen el potencial de fortalecer o fragilizar la opinión del público con respecto a una empresa o a su marca. Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores puede generar lealtad y confianza y proveer un espacio de confianza en tiempos de crisis, teniendo un público más tolerante y más propenso a restaurar su confianza cuando la crisis termina.
- En el ámbito social, la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, creará un vínculo Empresa-Comunidad, este vínculo, reforzará la calidad de empresa que actualmente posee Ecuaquímica.
- El aporte que realizará Ecuaquímica a la comunidad, en la medida de lo posible, contribuirá con el desarrollo mancomunado de la sociedad y de los grupos de interés que participan en Ecuaquímica

6.2 Recomendaciones

Ambiente Interno

Valores, transparencia y gobierno corporativo.

- Promulgar entre todos los niveles jerárquicos los valores éticos acogidos por la empresa dentro de su Manual de Conducta y Procedimientos, condenando la utilización de prácticas ilegales de sus colaboradores, clientes y proveedores. Implementar esta práctica mediante programas de entrenamiento a cargo de un equipo responsable.
- Elaborar y divulgar memorias de sostenibilidad considerando dimensiones sociales, ambientales y económicas, con herramientas medibles del desempeño y propuestas de mejoras, recogiendo críticas y sugerencias de los grupos de interés.

PUBLICO INTERNO

- Establecer políticas que permitan la representación sindical en el ambiente de trabajo.
- Crear un canal comunicacional que permita el diálogo entre los representantes de la empresa y las asociaciones de trabajadores con la finalidad de proveerles información financiera y estratégica que pueda afectar sus derechos, incentivando la discusión de los puntos en controversia con la finalidad de evitar posibles desequilibrios en el ambiente laboral.
- Permitir la participación activa de los empleados en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas de la Organización.
- Participar activamente en el desarrollo de proyectos dirigidos a la protección y bienestar de la maternidad, la niñez y la adolescencia. Impulsar y difundir esta práctica en toda la cadena productiva.

- Formalizar dentro del Código de Ética de la Organización normas que amparen la equidad de raza y género y que prohíban de forma explícita cualquier manifestación de discriminación dentro de la empresa y sus grupos de interés.

BIBLIOGRAFIA

- Forética, Norma SGE 21 <www.foretica.es> consulta: 4 enero 2011.
- Social Accountability, Norma SA 8000, <www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf>, consulta: 4 enero 2011.
- Wikipedia, Responsabilidad Social Corporativa <es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_empresarial>, consulta: 20 diciembre 2010.
- CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social <www.redceres.org>, consulta: 22 diciembre 2010.
- Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. Ecuaquímica, <www.ecuaquimica.com.ec>, consulta: 20 enero 2011.
- Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial <<http://www.cmsconsultores.com>>, consulta: 20 diciembre 2010.
- Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Divulgación del Conocimiento Económico para la Libertad de Venezuela <<http://www.cedice.org.ve/>>, consulta: 20 diciembre 2010.
- INCAE Business School, Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial <www.incae.edu>, consulta: 21 diciembre 2010.

- Universidad de Valencia, Prof. Amparo Sancho Pérez, Publicación Econometría de Económicas, <<http://www.uv.es/sancho/funcion%20cobb%20douglas.pdf>>, consulta: 10 enero 2011.
- KEAT, YOUNG, libro: “Economía de Empresas”, cuarta Edición, 2004, p.294 – 300.
- Departamento de Física y Matemáticas, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Publicación “Teoría Básica”, p. 11 – 14 <http://fismat.uia.mx/examen/servicios/laboratorios/fisica/pdf-practicas/manuales/Teoria_Basica.pdf>, consulta: 10 enero 2011.
- Revista Vistazo, publicación Ranking 500 Mayores Empresas del Ecuador, Septiembre 2009 <<http://www.vistazo.com/webpages/corporativo/500empresas/regist.php>> consulta: 20 enero 2011

ANEXOS

Formato de Encuestas Realizadas

DIMENSION INTERNA

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO.

La toma de decisiones en las empresas debe tener en cuenta todos aquellos principios que pongan de manifiesto la cultura de la organización y orienten el cumplimiento de su misión. La conducción del desempeño sustentada en valores ayuda también a la empresa a relacionarse de forma ética con sus públicos. Informar acerca de sus acciones y rendir cuentas a la sociedad de sus actividades refuerza los compromisos éticos de la empresa; en este sentido, la transparencia es uno de los pilares de organizaciones que quieren establecer patrones éticos de relacionamiento.

AUTOREGULACION DE LA CONDUCTA.

ENCUESTA 1: COMPROMISOS ÉTICOS.

Las empresas preocupadas en establecer compromisos éticos se orientan por valores, cuidan de su disseminación, de su cumplimiento y de su adaptación a los nuevos tiempos.

Respecto a la adopción y alcance de los valores y principios éticos:

<p>Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.</p>	<p>La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de ética de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
1.1. Cumple con todas las leyes vigentes.		
1.2. Cumple con la legislación impositiva y se encuentra al día en el pago de impuestos.		
1.3. Cumple con la normativa de seguridad social vigente.		
1.4. Tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan la legislación que deben cumplir de acuerdo con la actividad que realiza la empresa.		
1.5. Tiene un código de ética.		
1.6. Tiene un código de ética que es entregado y difundido entre los empleados de todos los niveles de la empresa.		
1.7. Tiene un código de ética que contempla a los siguientes grupos de interés: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios.		
1.8. Tiene un código de ética en donde se prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad).		
1.9. Expone públicamente sus compromisos éticos a sus grupos de interés, por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada.		
1.10. Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) de las cuestiones éticas, reconocido(s) internamente.		
1.11. Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) de las cuestiones éticas, reconocido(s) externamente.		
1.12. Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados.		
1.13. Cuenta con un mecanismo para conocer la opinión de sus empleados acerca del ambiente ético de la empresa.		
1.14. Promueve la transparencia entre sus colaboradores, clientes y proveedores.		
1.15. Tiene una misión y visión que es revisada periódicamente.		
1.16. Tiene explícita su misión y visión y además expuestas públicamente.		
1.17. Tiene una misión y visión en la que se incluyen consideraciones sobre responsabilidad social empresarial.		
1.18. Tiene una misión y visión que ha sido redactada con la participación de personas de distintos niveles de la empresa.		
1.19. Tiene una misión y visión que ha sido redactada con la participación de actores externos a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.).		

ENCUESTA 2: ARRAIGO EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL.

Las empresas que tienen como objetivo consolidar sus principios éticos se preocupan por compartir sus valores con sus colaboradores y por lograr que ellos se asimilen a la corporación.

Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:

<p>Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, procesos de auditoría), con el foco centrado en el público interno.</p> <p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.</p> <p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.</p> <p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena reproductiva.</p> <p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
2.1. Aborda las cuestiones éticas en encuestas de clima laboral, por evaluación de 360° o herramientas similares.		
2.2. Cuenta con empleados que demuestran familiaridad con los temas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.		
2.3. Tiene una estructura organizativa con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de ética y/o su declaración de principios.		
2.4. Difunde y educa a sus empleados, en valores y aplicación de su código de ética de manera regular.		

ENCUESTA 3: GOBIERNO CORPORATIVO

Es el sistema por el cual las sociedades son dirigidas y monitoreadas, incorporando las vinculaciones entre accionistas/asociados, consejo de administración, directiva, auditoría independiente y consejo fiscal. Las buenas prácticas de gobernabilidad corporativa tienen la finalidad de aumentar el valor de la sociedad, facilitar su acceso al capital y contribuir con su perdurabilidad.

Respecto a la estructura organizativa y prácticas de gobierno, la empresa:

<p>Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.</p>	<p>El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.</p>	<p>Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.</p>	<p>Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socio ambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de los grupos de interés en asuntos que las involucren.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA ALTA DIRECCION DE LA EMPRESA:	SI	NO
3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2. Posee una estructura que contemple Consejo Directivo o Consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/evitar abusos de poder de sus integrantes; fraudes por un uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; evitar 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, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del consejo, toma en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades, riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4. Utiliza un manual de políticas, normas y procedimientos, tales como: políticas de compras y contrataciones, políticas de RRHH, perfiles de puesto, rangos salariales, reclutamiento y selección de personal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD.

ENCUESTA 4: RELACIONES CON LA COMPETENCIA.

Respecto a las políticas de relación con la competencia u organizaciones de mismo propósito, la empresa:

<p>Sigue las prácticas de precio y competencias comunes al mercado cumple la legislación y busca un posicionamiento leal.</p>	<p>Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando necesario) con el público interno sobre su postura ante los concurrentes.</p>	<p>Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de empleados en la discusión de esos aspectos.</p>	<p>Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trusts y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA ALTA DIRECCION DE LA EMPRESA:	SI	NO
4.1. Utiliza mecanismos para comunicarse y relacionarse con la competencia, promoviendo así una competencia leal.		
4.2. Tiene principios relacionados a la competencia leal que constan en el código de ética de la empresa		
4.3. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ej. Por medio de su página web, de material institucional, del informe anual, etc.)		
4.4. Adopta políticas 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		
3.5. Tiene una política sobre competencia leal que abarca a la cadena productiva de la empresa.		
1. Tiene una política sobre competencia leal que aborda los siguientes temas; piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, falsificación de productos.		
3.7. Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido denunciada en algún organismo de defensa al consumidor por prácticas de competencia desleal.		
4.8. Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido denunciada por autoridades gubernamentales/judiciales u otras organizaciones de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos.		
4.9. Aplica estrategias comerciales que son producto del análisis de la información pública de los mercados competitivos y no una consecuencia de acciones de espionaje o incitación a la obtención de información confidencial de los competidores.		

4.10. Evita en su reclutamiento y selección de personal, la invitación directa de empleados de la competencia que los beneficie proporcionándoles información confidencial.		
4.11. Utiliza mecanismos para informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc. recibido u ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial.		

ENCUESTA 5: DIALOGO CON LAS PARTES INTERESADAS (STAKEHOLDERS).

La capacidad de dialogar con las partes interesadas (*stakeholders*), usando las informaciones obtenidas en esa interacción para mejorar sus procesos internos y construir estrategias, es señal de que la empresa se esfuerza por establecer patrones claros de conducta.

Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:

<p>Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y establece canales de diálogo para mantener esas relaciones.</p>	<p>Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socio-ambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.</p>	<p>Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socio ambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.</p>	<p>Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prever, minimizar o eliminar los impactos socio-ambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
5.1. Se comunica con sus stakeholders o grupos de interés para que comenten o critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.		
5.2. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, reclamo o demanda de sus grupos de interés (stakeholders).		
5.3. Cuenta con indicadores de desempeño para monitorear las relaciones derivadas de su proceso de diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders).		
5.4. Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de los grupos de interés (stakeholders) sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus grupos de interés.		

ENCUESTA 6: BALANCE SOCIAL.

El balance social es un instrumento destinado a dar mayor transparencia a las actividades empresariales y ampliar el diálogo de la organización con la sociedad. Contiene datos cuantitativos y cualitativos que pueden orientar la planificación del año siguiente, además de demostrar el rumbo de las actividades en el año anterior.

Respecto a la elaboración de informes sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:

<p>Elabora sin regularidad definida el reporte de sostenibilidad con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.</p>	<p>Elabora anualmente el reporte de sostenibilidad, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos.</p>	<p>Produce con amplio involucramiento interno el reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables.</p>	<p>Elabora un reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.</p>
<p><input type="checkbox"/> ETAPA 1</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 2</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 3</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
6.1. Permite que sus informaciones sobre la situación económico-financiera de sus actividades sean auditadas por terceros.		
6.2. Permite que sus informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de sus actividades sean auditadas por terceros.		
6.3. En su proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad, involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.		
6.4. Incorpora en el reporte de sostenibilidad, críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés (stakeholders).		
6.5. Al publicar informaciones de su desempeño sobre aspectos sociales y ambientales, incluye datos desfavorables y discute estas cuestiones.		
6.6. Emplea en su planificación estratégica, los datos recolectados y utilizados para la publicación de sus actividades sociales y ambientales.		

PÚBLICO INTERNO.

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN.

ENCUESTA 7: RELACIONES CON LOS SINDICATOS.

Es preciso evaluar cómo la empresa dialoga con los sindicatos, partiendo de interrogantes tales como: ¿Existe libertad para la representación sindical en el ambiente de trabajo? ¿Los directivos de la empresa dialogan con los representantes sindicales?

Respecto a la participación de empleados en sindicatos y/o en otras asociaciones de empleados en la relación con sus representantes, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 1</p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 2</p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo, provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y se reúne periódicamente con los sindicatos u otras asociaciones de empleados para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 3</p>	<p>Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los empleados, para subsidiar las discusiones.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 4</p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
7.1. Posee políticas que permiten la libertad de asociación de sus empleados.		
7.2. Permite reuniones de la asociación en horarios de trabajo para facilitar su actividad gremial.		
7.3. Pone a disposición de los empleados informaciones básicas sobre sus derechos y deberes, tales como pacto salarial, etc.		
7.4. Provee informaciones que afecten a sus empleados, para que las asociaciones de empleados y los mismos empleados las utilicen en una discusión con la empresa.		

ENCUESTA 8: GESTIÓN PARTICIPATIVA.

Respecto al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:

<p>Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.</p>	<p>Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.</p>	<p>Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.</p>	<p>Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
8.1. Respeta y no interfiere en la elección de los integrantes de sus comisiones/asociaciones de empleados.		
8.2. Posee 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 programas para estimular y recopilar sugerencias de los empleados para mejorar los procesos internos.		
8.4. Posee programas de evaluación de sus recursos humanos a todo nivel.		
8.5. Mantiene una política que exige relaciones de trabajo fundamentadas sobre comunicación clara y transparente a todo nivel.		

RESPECTO AL INDIVIDUO.

ENCUESTA 9: COMPROMISO CON EL FUTURO DE LOS NIÑOS.

Es importante definir la existencia de un conjunto de condiciones en la empresa que garanticen este aspecto.

En el tratamiento de la cuestión de Combate al Trabajo Infantil, la empresa:

<p>Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.</p>	<p>Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados, estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.).</p>	<p>Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.</p>	<p>Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema se repliquen en toda la cadena productiva.</p>								
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 1</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 1		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 2</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 2		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 3</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 3		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 4</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 4	
ETAPA 1											
ETAPA 2											
ETAPA 3											
ETAPA 4											
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.									

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
9.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general).		
9.2. Tiene un programa específico para la contratación de pasantes.		
9.3. Ofrece a sus pasantes buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación.		
9.4. Al cerrar el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplear a los pasantes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.		

ENCUESTA 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:

<p>Sigue la legislación vigente de protección a la maternidad (y paternidad, si aplicable)7 lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.</p>	<p>Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños.</p>	<p>Considera que el éxito de esas políticas y/o iniciativas supone la formación educacional de los padres y su condición de vida, integra esa discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de eso, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores.</p>	<p>Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
10.1. Ofrece programa de orientación sobre 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).		
10.2. Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el Certificado de Vacunación del Niño del Ministerio de la Salud.		
10.3. 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).		
10.4. Tiene una política específica para los empleados, padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada.		
10.5. Ofrece un plan de salud familiar para sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		
10.6. Ofrece guardería, conforme a la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida, para sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		
10.7. Ofrece flexibilidad en los horarios para empleados de todos los niveles jerárquicos que tengan hijos menores de 6 años.		
10.8. Ofrece ayuda para la educación de los hijos de sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		

10.9. Además de cumplir con las leyes relacionadas a la protección de la maternidad, paternidad, lactancia y guardería, prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación hacia las mujeres embarazadas y a empleados con hijos menores de 6 años.		
10.10. Otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo.		
10.11. Ofrece jornadas de trabajo flexible para el personal que requiera compatibilizar el trabajo con el cuidado de sus hijos.		
10.12. Ofrece flexibilidad de horario para asuntos particulares de sus empleados (eventos de los hijos, emergencias, estudios, etc.)		

ENCUESTA 11: VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD.

La opción por valorar la diversidad no debe reflejarse sólo en el discurso de los portavoces empresariales. Las empresas deben combatir todas las formas de discriminación y valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza étnica y cultural de nuestra sociedad.

<p>Sigue rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.</p>	<p>Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna, orientando sobre la marcha de posibles denuncias.</p>	<p>Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.</p>	<p>Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
11.1. Hace referencia a su política de valoración de la diversidad y no discriminación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2. Incluye requisitos para monitorear la diversidad y posibles desigualdades, entre otras situaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3. En su política de valorización de la diversidad y no discriminación, tiene procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción, movilidad interna y despido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4. En esa política, prevé claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, seguimiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5. Desarrolla campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la diversidad en la fuerza de trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.6. Frente a la eliminación de la tercerización, incorporó a sus empleados tercerizados a su nómina de trabajadores sin despidos ni discriminación alguna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 12: COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD RACIAL.

Considerando los hechos de discriminación y las desventajas que caracterizan la situación de la población de diferentes orígenes raciales o étnicos, la empresa:

<p>Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.</p>	<p>Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, rever procesos y políticas, etc.</p>	<p>Asume el compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.</p>	<p>Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
12.1. Lleva un registro de sus empleados de acuerdo con la raza o etnia a la que pertenecen.		
12.2. Da oportunidades laborales a personas de raza afro ecuatoriana.		
12.3. Da oportunidades laborales a personas de raza indígena.		
12.4. Desarrolla campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la equidad racial.		

ENCUESTA 13: COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD DE GÉNERO.

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 empresa:

<p>Sigue rigurosamente la Constitución del país que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.</p>	<p>Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas con relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.</p>	<p>Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.</p>	<p>Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
13.1. Tiene una política de promoción de la equidad de género formal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2. Tiene una política de valorización de la diversidad y de no discriminación que cuenta con procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3. Tiene una política que prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4. Cuenta con una política de comunicación comercial que tiene como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5. Ofrece las mismas condiciones en los procesos de selección a candidatas mujeres y a candidatos hombres que tienen antecedentes profesionales similares.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TRABAJO DECENTE.

ENCUESTA 14: POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA.

Los cambios en el mundo del trabajo conducen a las empresas a reforzar el compromiso de sus colaboradores y a planificar conjuntamente con ellos políticas de remuneración y beneficios.

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

<p>Respeto y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.</p>	<p>Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y llevando en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.</p>	<p>Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y llevando en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.</p>	<p>Trata a los empleados como socios y, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
14.1. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2. Realizó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.4. Tiene un componente de participación en los resultados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.5. Cuenta con un manual de cargos y salarios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.6. Realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.7. Realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.8. Realiza encuestas o procesos internos para monitorear posibles desigualdades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 15: CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO.

Las empresas deben asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad. Es posible avanzar algunos pasos en relación con la ley. Al respecto, la empresa:

<p>Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Además de eso, desarrolla campañas regulares de concientización e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.</p>	<p>Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, y los incluye en la planificación estratégica, divulgándolos ampliamente.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
15.1. Ha sido avalada por las normas SA8000, OHSAS 18000 o por norma equivalente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2. Capacita anualmente en salud y seguridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3. Ofrece beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la prevención de salud y seguridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.5. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.6. Ofrece un programa específico para portadores de VIH/SIDA.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.7. Posee una 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.8. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.9. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15.10. Promueve ejercicios físicos en el horario de trabajo.		
15.11. Cuenta con áreas de esparcimiento y distracción para empleados.		
15.12. Posee programas deportivos o de recreación patrocinados por la empresa.		
15.13. Desarrolla políticas que faciliten el equilibrio trabajo-familia entre sus empleados.		
15.14. Monitorea la carga de trabajo de sus empleados con el objetivo de mejorar su distribución.		
15.15. Utiliza sistemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal.		
15.16. Posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.		
15.17. Promueve un programa de combate al estrés para los empleados.		
15.18. Posee un programa de orientación alimenticia y/o nutricional.		

ENCUESTA 16: COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD.

Es una buena señal si la organización se preocupa por ofrecer a los funcionarios oportunidades de adquisición de conocimientos que les permitan crecer profesionalmente y mantener su perspectiva en el mercado de trabajo.

Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.	Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal.	Además de promover una capacitación continua, se ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.	En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y se ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
16.1. Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para ajustar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.2. Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza secundaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.4. Posee programas de consejería sobre la planificación de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.5. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.6. Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 17: CONDUCTA FRENTE A DESPIDOS.

La desincorporación de empleados debe ser siempre la última salida para reducir gastos y realizar ajustes presupuestarios.

Para conducir procesos de despidos, la empresa:

<p>Sigue rigurosamente las legislaciones en vigor y provee al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal, procura analizar alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal de su excedente de empleados; reducción de carga horaria etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.</p>	<p>Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones por competencia técnica, psicológica y de conducta y que garantizan la impersonalidad de la decisión y permite el acceso a las informaciones que nortearon el proceso, para propiciar el crecimiento profesional de la(s) persona(s) despedida(s). Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de dependientes etc.) para orientar las prioridades.</p>	<p>Ofrece servicios de recolocación y manutención de prestaciones por tiempo determinado al empleado despedido sin justa causa. En el caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de dimisión voluntaria que mantiene las prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad etc.</p>	<p>Además de eso, financia la recapitación (mentoring, coaching etc.) de los empleados despedidos sin justa causa.</p>								
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 1</td> <td style="width: 20px; height: 15px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 1		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 2</td> <td style="width: 20px; height: 15px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 2		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 3</td> <td style="width: 20px; height: 15px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 3		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 4</td> <td style="width: 20px; height: 15px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 4	
ETAPA 1											
ETAPA 2											
ETAPA 3											
ETAPA 4											
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.									

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
17.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene una política para minimización y mejoría de ese indicador.		
17.2. Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y asociaciones de empleados 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.		
17.3. Considera la situación social del empleado al momento de su despido.		
17.4. Se caracteriza por no tener reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años.		

ENCUESTA 18: PREPARACIÓN PARA LA JUBILACIÓN.

La empresa socialmente responsable debe orientar a sus colaboradores acerca de cómo enfrentar esta fase de la vida.

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

<p>Ofrece información básica sobre la obtención de la jubilación.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 1</p>	<p>Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 2</p>	<p>Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), consejería y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 3</p>	<p>Además de adoptar programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 4</p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
18.1. Ofrece un programa de jubilación complementaria a todos sus empleados.		
18.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación.		

CONSUMIDORES Y CLIENTES.

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO.

ENCUESTA 19: EXCELENCIA DE LA ATENCIÓN.

El cuidado en el tratamiento dispensado a los consumidores, el interés demostrado en la solución de los problemas y la asimilación de sugerencias componen un cuadro que puede contribuir con el perfeccionamiento de las acciones de responsabilidad social.

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

<p>Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, enfocado en la información y en la solución de demandas individuales.</p>	<p>Proporciona al consumidor/ cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.</p>	<p>Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas a los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.</p>	<p>Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
19.1. Cuenta con una política y normas de relaciones con clientes y consumidores aplicadas por sus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.2. Ofrece el Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.3. Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.4. Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.5. Tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.6. Comparte con sus empleados la opinión de los clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.7. Posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.8. Evalúa anualmente el número de reclamaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 20: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL.

El marketing y la comunicación de la empresa no pueden disociarse de la preocupación por la responsabilidad social. La búsqueda de coherencia en lo que respecta a estas acciones es señal de que la empresa desea crear valores para la sociedad y comunicarlos, afirmando una imagen de credibilidad y confianza.

Considerando su política de comunicación comercial, la empresa:

<p>Actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.</p>	<p>Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.</p>	<p>Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno, para contribuir al desarrollo sostenible.</p>	<p>Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
20.1. Cuenta con una política de comunicación comercial conocida por todos sus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.2. Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos o servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.3. Tiene una política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, indígenas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.4. Realiza un análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.5. Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infantil y juvenil sea responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.6. Posee políticas de comunicación interna y externa alineadas a sus valores y principios éticos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 21: CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

El conocimiento de los efectos que sus productos y servicios generan, ayuda a la empresa a proporcionar informaciones y a atender mejor a sus clientes, además de medir y controlar el impacto de sus actividades en la sociedad.

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

<p>Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.</p>	<p>Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.</p>	<p>Además de eso, obtiene por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente.</p>	<p>Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética, dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
21.1. Mantiene un programa especial enfocado en la salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.		
21.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia ante situaciones de crisis.		
21.3. Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.		
21.4. Se caracteriza porque en los últimos cinco años, no ha tenido productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.		
21.5. Transparenta la información al público consumidor, acerca de los posibles riesgos y advertencias del uso seguro de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).		
21.6. Realiza estudios para conocer daños potenciales que puedan generar sus productos o servicios, a los consumidores, previo a su lanzamiento.		
21.7. Tiene un sistema de control de calidad para sus productos o servicios.		
21.8. Revisa periódicamente la fecha de vencimiento de sus productos.		
21.9. Considera los requerimientos de clientes con capacidades diferentes.		

PROVEEDORES.

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES.

ENCUESTA 22: CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.

La relación que la empresa establece con sus proveedores puede revelar el grado de su compromiso con los principios de responsabilidad social. Ella puede reproducir sus prácticas ante los proveedores y generar un círculo virtuoso.

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

<p>Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.</p>	<p>Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.</p>	<p>Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.</p>	<p>Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
22.1. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con la ley.		
22.2. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con regulaciones ambientales.		
22.3. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores no incurran en ningún tipo de competencia desleal.		
22.4. Incluye políticas explícitas y criterios para las relaciones con los proveedores.		
22.5. 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.		
22.6. Adopta una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.		
22.7. Ha cancelado ó cancelaría contratos con proveedores que tengan conductas no éticas.		
22.8. Rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos.		
22.9. Da prioridad a los proveedores que poseen prácticas de responsabilidad social empresarial.		

ENCUESTA 23: TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA PRODUCTIVA.

Los esfuerzos para la erradicación del trabajo infantil son fundamentales para garantizar a los niños, niñas y adolescentes sus derechos básicos. Las empresas socialmente responsables deben combatirlo en su cadena productiva y evitar que esa forma de explotación continúe existiendo.

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

<p>Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.</p>	<p>Además de discutir este tema, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.</p>	<p>Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores y asume públicamente la postura de rechazo a la mano de obra infantil.</p>	<p>Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil en forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.</p>
<p><input type="checkbox"/> ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
<p>23.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in situ y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil.</p>		

ENCUESTA 24: TRABAJO FORZADO EN LA CADENA PRODUCTIVA.

La existencia de trabajo forzado o análogo al esclavo es incompatible con los derechos humanos y con la responsabilidad social empresarial.

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

<p>Cumple rigurosamente la legislación y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además, verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores. Asume públicamente la postura de rechazo al trabajo forzado.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado en forma general, junto con los aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
24.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación que compruebe la no existencia de mano de obra forzada.		

ENCUESTA 25: APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES.

Las empresas que desarrollan prácticas socialmente responsables pueden llevar su experiencia adelante, y una vía idónea consiste en iniciar este trabajo con los proveedores.

Respecto a proveedores de igual o menor porte, la empresa:

<p>Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Contribuye para la mejora del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de contribuir a la mejora gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor parte, estimula y facilita su involucramiento en proyectos sociales y ambientales.</p> <p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
25.1. Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio, etc.		
25.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo.		
25.3. 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 calificación y de traspaso de tecnologías etc.).		
25.4. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios.		
25.5. Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores.		
25.6. Discute temas de responsabilidad social empresarial con sus proveedores regularmente.		
25.7. Realiza actividades con sus proveedores para que éstos conozcan, adopten y apliquen sus valores y cultura organizacional.		
25.8. Posee una política de pagos de proveedores, clara y transparente, que se conoce públicamente.		
25.9. Tiene proveedores certificados en normas como SA 8000, OHSAS 18000, ISO 9001, ISO 14001, etc.).		

COMUNIDAD.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL.

ENCUESTA 26: GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD DE ENTORNO.

Uno de los aspectos primordiales que la empresa debe tratar con su comunidad de referencia es el impacto producido por sus actividades.

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:

Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.	Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre disposiciones tomadas.	Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.	Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
26.1. Reconoce a la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.2. Cuenta con una política para manejar las relaciones con su comunidad aledaña conocida por todos sus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.4. Contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda disfrutar la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.5. Conoce el impacto de sus inversiones en infraestructura y/o servicios prestados principalmente para el beneficio de la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.6. Concientiza y entrena a sus empleados para respetar los valores, cultura y tradiciones de la comunidad donde actúa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.7. Tiene una política para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas de la comunidad aledaña.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26.8. Responde a reclamos de la comunidad sobre el impacto de sus actividades.		
26.9. Toma acciones preventivas para evitar futuros problemas en la comunidad.		

ENCUESTA 27: RELACIONES CON ORGANIZACIONES LOCALES.

El diálogo con organizaciones comunitarias puede abrir nuevos caminos estratégicos para las empresas, además de reducir los conflictos generados por las actividades de las mismas.

Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y centros públicos (escuelas, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:

<p>Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo.</p>	<p>Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.</p>	<p>Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.</p>	<p>Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando en diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
27.1. Hace un estudio de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.2. Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.3. Conoce los planes operativos anuales (POA) elaborados por la comunidad/barrio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.4. Cuenta con un mapeo de los principales actores públicos y privados del entorno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.5. Dentro de su planificación, establece una política de apoyo a la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.6. Para las acciones o programas de apoyo a la comunidad que realiza, consulta a los empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.7. Genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ACCIÓN SOCIAL.

ENCUESTA 28: FINANCIAMIENTO DE LA ACCIÓN SOCIAL.

Al apoyar un proyecto social, la empresa revela su preocupación con respecto a los cambios en la sociedad. Sin embargo, tales medidas necesitan tener consistencia estratégica y objetivos claros para que la acción sea efectiva.

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

<p>Fondo variable, administrado arbitrariamente por el director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.</p>	<p>Fondos definidos en un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada, administrada por un equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con un público, con metas y estrategias definidas.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
28.1. Incluye a la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica.		
28.2. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social.		
28.3. Planifica su acción social con la finalidad de maximizar su impacto a largo plazo.		
28.4. Cuenta con procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño.		
28.5. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras grupos de interés a hacer donaciones financieras.		
28.6. Ha sido reconocida en su comunidad por propuestas generadas, convocatorias periódicas y/o por su desempeño y dedicación a temas sociales.		
28.7. Ha sido reconocida por su desempeño en temas de interés nacional (instancias colegiadas, organizaciones, gobierno, etc.).		
28.8. Promueve eventos, concursos o premios a individuos o grupos dedicados a su comunidad.		
28.9. Evalúa los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad.		

ENCUESTA 29: INVOLUCRAMIENTO CON LA ACCIÓN SOCIAL.

La compenetración de la empresa con su acción social puede ser solamente financiera o dicha acción puede integrarse al conjunto de sus actividades con el apoyo de sus recursos humanos y de los proveedores.

Como forma de concretar su acción social, la empresa:

<p>Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.</p>	<p>Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.</p>	<p>Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).</p>	<p>Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar esos proyectos.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
29.1. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.		
29.2. Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.		
29.3. 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 el gerenciamiento de la acción social en la que actúa.		
29.4. Posee un programa de voluntariado empresarial.		
29.5. En sus acciones/programas de voluntariado que realiza, se consulta a los empleados.		
29.6. Genera oportunidades para que los empleados desarrollen actividades de voluntariado.		
29.7. Cuenta con directivos y gerentes que participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias.		
29.8. Cuenta con colaboradores que desarrollan acciones de voluntariado por iniciativa propia.		
29.9. Procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de voluntariado.		
29.10. Difunde experiencias exitosas de inversión social en las que participa y patrocina.		
29.11. Maximiza el impacto social de sus recursos realizando proyectos conjuntos con otras empresas o a través de asociaciones empresariales.		

29.12. Cuenta con procesos de control y seguimiento de las inversiones que realiza.		
29.13. Prioriza las acciones sociales dirigidas a grupos de interés vulnerables (ej. Juventud, niñez, discapacitados, ancianos).		
29.14. Ofrece capacitación o formación para que los trabajadores realizan actividades de voluntariado.		
29.15. Posee incentivos para el involucramiento de los empleados en actividades de voluntariado.		

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS.

ENCUESTA 30: COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA CALIDAD AMBIENTAL.

El compromiso real de la empresa con las causas ambientales puede ser evaluado, considerando diversos aspectos de planificación empresarial.

Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:

<p>Además de cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejora ambiental.</p>	<p>Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee una área o comité responsable del medio ambiente.</p>	<p>Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.</p>	<p>Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) tomando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionados a la sustentabilidad ambiental.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
30.1. Cumple todas las leyes ambientales nacionales.		
30.2. Cumple todas las ordenanzas municipales que le aplican a su sector o industria.		
30.3. Tiene una política ambiental formal que es conocida por los empleados.		
30.4. Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas.		
30.5. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.		
30.6. Tiene procesos para mapeo y análisis sistémico de mejora continua en lo relacionado a su gestión/desempeño ambiental.		
30.7. Cuenta con una política ambiental definida e implementada por la empresa.		
30.8. Posee políticas, programas y procesos específicos de conservación ambiental para actuar en áreas protegidas o ambientalmente sensibles.		
30.9. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales.		
30.10. Publica informes que revelan su desempeño ambiental.		

ENCUESTA 31: EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL.

El desarrollo de hábitos en relación con el medio ambiente es un desafío vital para la empresa, que tiene como misión contribuir con la educación ambiental de sus públicos.

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

Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro, etc.).	Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, colocando a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.	Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.	Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa en proyectos educacionales en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.
<input type="checkbox"/> ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ETAPA 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
31.1. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y de energía.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.2. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en los 3Rs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.3. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.4. Entrega a sus consumidores información detallada sobre posibles impactos ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos y servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.5. En su administración y operación, posee metas y objetivos ambientales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.6. Tiene participación en programas de educación y formación ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.7. Desarrolla campañas de concienciación ecológica en comunidades cercanas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.8. Realiza campañas internas de concienciación ambiental en todas las áreas de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL.

ENCUESTA 32: GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

Es importante considerar hasta dónde llega la responsabilidad ambiental de una empresa, puesto que las prácticas ambientales revelan la práctica de la responsabilidad social.

Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, la empresa:

<p>Produce estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.</p>	<p>Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.</p>	<p>Adopta sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destinación de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.</p>	<p>Además de adoptar sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores con el afán de mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en el destino final del producto y procesos postconsumo.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
32.1. Posee un plan de contingencia 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.2. Posee una política y un sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la empresa como de sus contratados).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.3. Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o reciclados postconsumo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.4. Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.5. Registra incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.6. Discute con empleados, consumidores, clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus procesos, productos o servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.7. Realiza o ha realizado estudios para medir el impacto ambiental de sus procesos, productos o servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.8. Ha invertido en tecnología para reducir y sustituir insumos cuya extracción o uso generen daño ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32.9.	Busca dentro de su tecnología actual, reducir el consumo de energía agua, productos tóxicos y materias primas.		
32.10.	Dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.		
32.11.	Comercializa productos amigables con el ambiente y resalta sus cualidades al venderlos.		
32.12.	Toma acciones para prevenir riesgos económicos, sociales o ambientales debidos al cambio climático.		
32.13.	Tiene operaciones sobre espacios naturales protegidos o dentro de áreas de alta biodiversidad.		
32.14.	Ha realizado un inventario del espacio natural donde realiza sus actividades.		
32.15.	Monitorea los impactos sobre biodiversidad provocados por sus operaciones.		
32.16.	Conoce las fuentes de donde proviene el agua que utiliza.		
32.17.	Asegura que los vehículos propios y de terceros a su servicio cuenten con el permiso de circulación emitido por la Corpaire para control de la polución.		

ENCUESTA 33: SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL.

Con el objetivo de contribuir a la conservación de los bosques, combatir la explotación ilegal y predatoria y proteger la biodiversidad, la empresa:

<p>Reconoce la importancia de la verificación del origen de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico.</p> <p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Mantiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo.</p> <p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo tienen certificación de origen y de la cadena de custodia.</p> <p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Los insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de custodia.</p> <p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
33.1. Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza.		
33.2. Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de los bosques.		

ENCUESTA 34: MINIMIZACIÓN DE ENTRADAS Y SALIDAS DE INSUMOS.

La manera como la empresa planifica la utilización de recursos y controla la generación y destino de residuos es una señal de su interés por las causas ambientales.

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

<p>Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implanta procesos de destino adecuados de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.</p>	<p>Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o por terceros).</p>	<p>Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta procesos para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.</p>	<p>Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
34.1. Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.		
34.2. Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.		
34.3. Promueve el reciclado de insumos y otros productos.		
34.4. Optimiza el tamaño de sus empaques en función de reducir el impacto ambiental de éstos.		
34.5. Tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc, generados por la propia empresa.		
34.6. Dispone de mecanismos tendientes al uso de combustibles / energías menos contaminantes.		
34.7. Tiene una política de monitoreo para la reducción del consumo de energía eléctrica.		
34.8. Tiene una política de monitoreo para la reducción del consumo de agua.		
34.9. Tiene una política de monitoreo para la reducción de generación de residuos sólidos (basura, desechos, escombros, etc.).		
34.10. Tiene una política de monitoreo para la reducción de los desperdicios de materiales de oficina.		
34.11. Tiene una política de monitoreo para la reducción de emisión de CO2 y otros gases de efecto invernadero en la atmósfera.		

GOBIERNO Y SOCIEDAD.

TRANSPARENCIA POLÍTICA.

ENCUESTA 35: CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLÍTICAS.

La transparencia en el destino de los recursos destinados a las campañas políticas es vital para las sociedades democráticas. Tanto los electores como la sociedad deben conocer de manera consciente los intereses y las propuestas de acción política que están en juego.

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

<p>Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.</p>	<p>Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.</p>	<p>La decisión de financiamiento o no financiamiento se toma de forma transparente, (por medio de políticas escritas, del código de ética, etc.) permitiendo el acceso de los grupos de interés a las informaciones y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.</p>	<p>Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadanía e importancia del voto, involucrando a todos los empleados y otros grupos de interés.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
35.1. Y sus directivos, se caracteriza porque en los últimos cinco años, no han sido mencionados negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campañas políticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.2. Cuenta con normas explícitas de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.3. Posee normas que prohíben la utilización de su influencia económica sobre sus públicos interesados para apoyar causas políticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.4. Mantiene una norma explícita que prohíbe la utilización de su poder económico para afectar negativamente a otras empresas y/o sus competidores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 36: CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA POR LAS EMPRESAS.

Respecto a su papel en la construcción de la ciudadanía, la empresa:

<p>Desarrolla actividades eventuales, enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.</p>	<p>Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.</p>	<p>Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto consciente.</p>	<p>Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía, no sólo internamente y en su cadena de producción, sino también en la comunidad de entorno, ejerciendo liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
36.1. Estimula a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.2. Establece convenios con organismos públicos o de la sociedad civil con el objetivo de promover la erradicación del trabajo infantil ó el trabajo forzado; incentivar la generación de empleos, seguridad alimenticia, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.3. Desarrolla actividades eventuales enfocadas a la educación cívica, abordando derechos y deberes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.4. Apoya y participa en la elaboración de políticas públicas (por medio de municipalidades, comités, asociaciones, cámaras, redes de acción social, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.5. Toma liderazgo en la formación de redes o alianzas a nivel comunitario, con el propósito de fortalecer y dirigir políticas públicas de beneficio común o social.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.6. Desarrolla alianzas con entidades públicas para mejorar su desempeño (municipalidades, rama judicial, ministerios, rama ejecutiva, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.7. Opera sin ayuda económica-financiera del Gobierno local o nacional. (Subsidios, contribuciones, descuentos en el pago de impuestos, regalías)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA 37: PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN Y ANTICOIMA.

El compromiso con el poder público debe reflejar los principios éticos que rigen a la organización. Es fundamental exigir esta coherencia por parte de las empresas, principalmente en lo que se refiere a la prohibición de prácticas ilegales y corruptas.

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

<p>Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y castigo.</p>	<p>Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.</p>	<p>Assume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrirlos.</p>	<p>Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la empresa involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas etc.</p>								
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 1</td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 1		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 2</td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 2		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 3</td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 3		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px 10px;">ETAPA 4</td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	ETAPA 4	
ETAPA 1											
ETAPA 2											
ETAPA 3											
ETAPA 4											
<input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.									

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
37.1. Prevé medidas que castiguen a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.		
37.2. Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos en los que se presume que se manipulan los reglamentos de licitación (públicos o privados).		
37.3. Cuenta con directivos y/o colaboradores, que no han sido mencionados en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o práctica corrupta de agentes públicos.		
37.4. Posee procedimientos específicos para el control de prácticas corruptas y coimas.		

LIDERAZGO SOCIAL.

ENCUESTA 38: LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL.

La actuación política de las empresas puede ocurrir en defensa de sus intereses, de intereses del sector o de causas de carácter público, por lo cual son variados los niveles de acción que pueden ser analizados.

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

<p>Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.</p>	<p>Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.</p>	<p>Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socio-ambiental.</p>	<p>Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.</p>
<p><input type="checkbox"/> ETAPA 1</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 2</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 3</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
38.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.		
38.2. Promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad.		

ENCUESTA 39: PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS SOCIALES GUBERNAMENTALES.

Su inserción en actividades, proyectos o acciones sociales de carácter público ofrece a la empresa la posibilidad de constituirse en agente de transformación social.

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

<p>Contribuye tan sólo con el pago de impuestos.</p>	<p>Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del sector público, en respuesta a solicitudes de las autoridades.</p>	<p>Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.</p>	<p>Participa activamente en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general, contribuyendo a su fortalecimiento.</p>
<p style="text-align: center;">ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca antes hemos tratado este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Informaciones adicionales:

LA EMPRESA:	SI	NO
39.1. Adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.2. Articula y coordina alianzas en los programas en los cuales participa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.3. Concientiza a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscalizarlas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.4. Procura participar en las organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en buscar de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>