

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del Título de:
INGENIERAS COMERCIALES**

**TEMA:
DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA
EMPRESA CHOVA DEL ECUADOR S.A. DESDE LA ÓPTICA DEL
EMPLEADO, LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE**

**AUTORAS:
ANDREA ESTEFANÍA MATEUS LÓPEZ
JESSICA SORAYA PICO PAZ**

**DIRECTORA:
NARCIZA GUADALUPE AGUIRRE ROBLES**

Quito, mayo del 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, mayo del 2015

Andrea Estefanía Mateus López
C.I. 172017089-1

Jessica Soraya Pico Paz
C.I. 172338197-4

DEDICATORIA

Con infinito amor, respeto y admiración, dedico este logro a mis padres, por ser el motor que me impulsa cada día a ser mejor. A mi padre por su ejemplo de esfuerzo, perseverancia y responsabilidad. A mi madre por todo su apoyo y confianza, gracias por todo su sacrificio y amor.

Y para alguien que le hubiera gustado ver mi más grande sueño hecho realidad, para ti Abuelito Gerardo. Siempre estarás presente en cada uno de mis logros, te llevo grabado en mi corazón como el recuerdo más preciado que tengo y el motivo de toda mi felicidad.

ANDREA MATEUS

El presente trabajo de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios quien con su bendición me ha permitido llegar a este momento, a mis padres por ser mi mayor sustento, ejemplo de vida y sobre todo por enseñarme que el mayor valor que puede tener una persona es la humildad, a ti mamita por ser mi mejor amiga, confidente y a ti papito gracias por cada esfuerzo realizado, a mi abuelita por todo el apoyo brindado y por enseñarme el significado del verdadero amor, a mi hermano por ser la fuerza por el que cada día lucho y a mis amigos y familiares por cada palabra de aliento.

JESSICA PICO

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana por hacer de sus aulas nuestro segundo hogar e incentivarnos a ser personas visionarias.

A nuestra querida Directora, Ing. Narciza Aguirre por compartir sus conocimientos y tiempo con la mejor predisposición, lo que creo un ambiente de confianza y seguridad.

El más sincero agradecimiento a la empresa Chova del Ecuador S.A., por la confianza puesta; especialmente al Ing. Juan Pablo Sotomayor, quien fue la pieza fundamental en el desarrollo de este trabajo.

Al Lcdo. Carlos de la Cueva, por compartir sus experiencias profesionales, conocimiento y tiempo; nos sentimos inmensamente agradecidas por su apoyo.

ANDREA Y JESSICA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1.....	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
1.1 Concepto de responsabilidad social empresarial.....	4
1.2 Aspectos fundamentales de la responsabilidad social empresarial.....	5
1.2.1 Responsabilidad económica	5
1.2.2 Responsabilidad social.....	5
1.2.3 Responsabilidad medioambiental.....	6
1.3 Beneficios de la responsabilidad social empresarial.....	7
1.4 Principios de la responsabilidad social empresarial.....	8
1.5 Stakeholders	9
1.5.1 Concepto de stakeholders	9
1.5.2 Tipos de stakeholders	10
1.6 Normas y declaraciones internacionales de la RSE	11
1.6.1 En el ámbito de los derechos humanos	13
1.6.2 En el ámbito de los derechos laborales	17
1.6.3 En el ámbito de los derechos medioambientales.....	24
1.7 Consecuencias prácticas de la responsabilidad social.....	30
1.7.1 Efectos en los grupos de interés	30
1.7.2 Efectos en la propia organización	32
1.8 Modelos de responsabilidad social.....	33
CAPÍTULO 2.....	38
ÁNÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA CHOVA DEL ECUADOR S.A.	
2.1 Antecedentes	38
2.2 Estructura organizacional.....	39
2.2.1 Visión.....	39

2.2.2 Misión.....	39
2.2.3 Política de calidad	40
2.2.4 Objetivos de calidad	40
2.2.5 Certificaciones.....	41
2.3 Estrategias de socialización.....	42
2.3.1 Análisis del sector industrial al que pertenece	42
2.3.2 Productos	43
2.4 Análisis del entorno.....	43
2.4.1 Análisis del macro entorno.....	43
2.4.1.1 Entorno político.....	43
2.4.1.2 Entorno económico	46
2.4.1.3 Entorno sociocultural	49
2.4.1.4 Entorno tecnológico	52
2.4.1.5 Entorno ambiental	53
2.4.2 Análisis del micro entorno	54
2.4.2.1 Capacidad administrativa	54
2.4.2.2 Capacidad financiera.....	54
2.4.2.3 Capacidad de mercadeo.....	55
2.4.2.4 Capacidad de producción.....	56
2.4.2.5 Capacidad de talento humano	57
2.4.3 Cinco fuerzas de Porter	58
2.4.3.1 Clientes	58
2.4.3.2 Proveedores	59
2.4.3.3 Competencia	59
2.4.3.4 Productos sustitutos.....	61
2.4.3.5 Rivalidad entre competidores	62
2.5 Análisis FODA	63

2.5.1 Matriz FODA	63
2.5.2 Matriz de evaluación interna EFI	64
2.5.3 Matriz de evaluación externa EFE	65
2.6 Investigación de campo	66
2.6.1 Diseño de la investigación.....	66
2.6.1.1 Investigación transversal.....	66
2.6.1.2 Alcance de la investigación.....	66
2.6.1.2.1 Alcance externo	66
2.6.1.2.2 Alcance interno	67
2.6.2 Tipo de investigación	67
2.6.3 Método de investigación	68
2.6.4 Determinación de la población y muestra	68
2.6.4.1 Población alcance externo	68
2.6.4.2 Población alcance interno.....	69
2.6.4.3 Tipo de muestreo	69
2.6.4.4 Cálculo del tamaño de la muestra para la comunidad de Cashapamba.....	69
2.6.5 Técnicas de recolección de datos	71
2.6.5.1 Encuesta	71
2.6.5.2 Análisis, procesamiento y presentación de datos	72
2.6.5.2.1 Comunidad del barrio Cashapamba	72
2.6.5.2.2 Clientes	82
2.6.5.2.3 Trabajadores	90
CAPÍTULO 3.....	98
DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA CHOVA DEL ECUADOR S.A. DESDE LA ÓPTICA DEL EMPLEADO, LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE	
3.1 Objetivo de la propuesta.....	98
3.2 Alcance de la propuesta.....	98

3.3 Modelo de RSE para la empresa Chova del Ecuador S.A.	99
3.4 Herramientas para elaborar la propuesta	100
3.4.1 Estrategia de comunicación.....	100
3.4.1.1 Técnicas de comunicación	101
3.4.2 Plan de acción.....	102
3.4.2.1 Definición.....	102
3.4.2.2 Plan de acción para la comunidad del barrio Cashapamba	102
3.4.2.3 Plan de acción para los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador	105
3.4.2.4 Plan de acción para el cuidado y preservación del medio ambiente	109
3.4.2.5 Cronograma de actividades	111
3.4.2.6 Presupuesto anual.....	112
3.4.2.6.1 Proyección de ventas	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de stakeholders	10
Tabla 2. Principios del pacto mundial para los derechos humanos.....	13
Tabla 3. Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los derechos humanos	13
Tabla 4. Normas ISO 26000 para los derechos humanos	14
Tabla 5. Objetivos del milenio (2000)	16
Tabla 6. Principios del pacto mundial para los derechos laborales.....	18
Tabla 7. Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los derechos laborales	18
Tabla 8. Normas ISO 26000 para los derechos laborales	19
Tabla 9. Convenios de la OIT	21
Tabla 10. La SA8000	21
Tabla 11. Ventajas competitivas OSHAS 18001	22
Tabla 12. Principios del pacto mundial para los derechos medioambientales	24
Tabla 13. Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los derechos medioambientales	24
Tabla 14. Normas ISO 26000 para los derechos medioambientales.....	25
Tabla 15. Normas ISO 14000.....	26
Tabla 16. Principios CERES	28
Tabla 17. Efectos en los grupos de interés	30
Tabla 18. Modelo ISO 26000.....	35
Tabla 19. Modelo Norma SGE21	35
Tabla 20. Modelo Norma SA 8000:08	35
Tabla 21. Modelo Norma AA1000:1999	36
Tabla 22. Modelo Norma ISO 9001:2008.....	36
Tabla 23. Modelo Norma ISO 14000:2004.....	36
Tabla 24. Modelo Norma OSHAS 18001:2007	37
Tabla 25. Cuadro de resumen escenario político	46
Tabla 26. Cuadro de resumen escenario económico	49
Tabla 27. Cuadro de resumen escenario socio cultural.....	52
Tabla 28. Cuadro de resumen escenario tecnológico	53
Tabla 29. Cuadro de resumen escenario ambiental.....	53

Tabla 30. Cuadro de resumen capacidad administrativa	54
Tabla 31. Cuadro de resumen capacidad financiera.....	55
Tabla 32. Cuadro de resumen capacidad de mercadeo	56
Tabla 33. Cuadro de resumen capacidad de producción.....	57
Tabla 34. Cuadro de resumen capacidad de talento humano	58
Tabla 35. Fortalezas de la empresa Chova del Ecuador S.A.	63
Tabla 36. Oportunidades	63
Tabla 37. Debilidades de la empresa Chova del Ecuador S.A.	63
Tabla 38. Amenazas	63
Tabla 39. Matriz de evaluación interna EFI.....	64
Tabla 40. Matriz de evaluación externa EFE	65
Tabla 41. Resultado género barrio Cashapamba	72
Tabla 42. Resultado edades barrio Cashapamba	73
Tabla 43. Resultado pregunta 1. barrio Cashapamba.....	74
Tabla 44. Resultado pregunta 2 barrio Cashapamba.....	75
Tabla 45. Resultado pregunta 3 barrio Cashapamba.....	76
Tabla 46. Resultado pregunta 4 barrio Cashapamba.....	77
Tabla 47. Resultado pregunta 5 barrio Cashapamba.....	78
Tabla 48. Resultado pregunta 6 barrio Cashapamba.....	79
Tabla 49. Resultado género clientes de Chova del Ecuador S.A.	82
Tabla 50. Resultado edades clientes Chova del Ecuador S.A.	83
Tabla 51. Resultado pregunta 1 clientes de Chova del Ecuador S.A.	84
Tabla 52. Resultado pregunta 2 clientes Chova del Ecuador S.A.	85
Tabla 53. Resultado pregunta 3 clientes de Chova del Ecuador S.A.	86
Tabla 54. Resultado pregunta 4 clientes Chova del Ecuador S.A.	87
Tabla 55. Resultado pregunta 5 clientes de Chova del Ecuador S.A.	88
Tabla 56. Resultado género trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	90
Tabla 57. Resultado edades trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	91
Tabla 58. Resultado pregunta 1 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	92
Tabla 59. Resultado pregunta 2 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	93
Tabla 60. Resultado pregunta 3 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	94
Tabla 61. Resultado pregunta 4 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	95
Tabla 62. Resultado pregunta 5 trabajadores Chova del Ecuador S.A.	96
Tabla 63. Distribución de los stakeholders de acuerdo al tipo de comunicación.....	100

Tabla 64. Técnicas de comunicación interna	101
Tabla 65. Técnicas de comunicación externa.....	101
Tabla 66. Plan de acción para el barrio Cashapamba.....	103
Tabla 67. Plan de acción para los trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	106
Tabla 68. Plan de acción para el cuidado y preservación del Medio Ambiente	109
Tabla 69. Presupuesto anual de implementación del modelo de responsabilidad social empresarial.....	112
Tabla 70. Variaciones del estado de resultados 2013-2014	114
Tabla 71. Proyección ventas año 2015	115
Tabla 72. Porcentajes de variaciones del balance general para el año 2015	116
Tabla 73. Proyección balance general año 2015	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones de la RSE.....	4
Figura 2. ¿Cómo nace el concepto de responsabilidad social y ambiental?	7
Figura 3. Beneficios de la RSE	8
Figura 4. Principios de la RSE	9
Figura 5. Principios fundamentales de las normas ambientales internacionales.....	27
Figura 6. Efectos legales y relación con sus grupos de interés	32
Figura 7. Efectos organizacionales, económicos y financieros	33
Figura 8. Historia de la empresa Chova del Ecuador S.A.	38
Figura 9. Visión de la empresa Chova del Ecuador S.A.	39
Figura 10. Misión de la empresa Chova del Ecuador S.A.	39
Figura 11. Política de calidad de la empresa Chova del Ecuador S.A.	40
Figura 12. Objetivos de calidad de la empresa Chova del Ecuador S.A.	40
Figura 13. Producto interno bruto	42
Figura 14. Inflación noviembre 2013- noviembre 2014	47
Figura 15. Canasta básica familiar	48
Figura 16. Variaciones anuales del producto interno bruto	48
Figura 17. Empleo y subempleo en el ecuador	50
Figura 18. Entrada y salida de ecuatorianos (periodo 2008-2013)	50
Figura 19. Tasas brutas de natalidad	51
Figura 20. Tasas de mortalidad general	52
Figura 21. Nomenclatura utilizada	69
Figura 22. Fórmula para el cálculo del universo finito	70
Figura 23. Cuadro del nivel de confianza	70
Figura 24. Datos para el cálculo de la muestra	70
Figura 25. Cálculo de la muestra.....	71
Figura 26. Gráficos género barrio Cashapamba	72
Figura 27. Gráficos edades barrio Cashapamba	73
Figura 28. Gráficos pregunta 1 barrio Cashapamba.....	74
Figura 29. Gráficos pregunta 2 barrio Cashapamba.....	75
Figura 30. Gráficos pregunta 3 barrio Cashapamba.....	76
Figura 31. Gráficos pregunta 4 barrio Cashapamba.....	77
Figura 32. Gráficos pregunta 5 barrio Cashapamba.....	78

Figura 33. Gráficos pregunta 6 barrio Cashapamba.....	80
Figura 34. Gráficos género clientes de Chova del Ecuador S.A.	82
Figura 35. Gráficos edades clientes de Chova del Ecuador S.A.	83
Figura 36. Gráficos pregunta 1 clientes de Chova del Ecuador S.A.	84
Figura 37. Gráficos pregunta 2 clientes de Chova del Ecuador S.A.	85
Figura 38. Gráficos pregunta 3 clientes de Chova del Ecuador S.A.	86
Figura 39. Gráficos pregunta 4 clientes Chova del Ecuador S.A.	87
Figura 40. Gráficos pregunta 5 clientes de Chova del Ecuador S.A.	88
Figura 41. Gráficos género trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	90
Figura 42. Gráficos edades trabajadores Chova del Ecuador S.A.	91
Figura 43. Gráficos pregunta 1 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	92
Figura 44. Gráficos pregunta 2 trabajadores Chova del Ecuador S.A.	93
Figura 45. Gráficos pregunta 3 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	94
Figura 46. Gráficos pregunta 4 trabajadores Chova del Ecuador S.A.	95
Figura 47. Gráficos pregunta 5 trabajadores de Chova del Ecuador S.A.	96
Figura 48. Modelo de responsabilidad social para la empresa Chova del Ecuador S.A.	99
Figura 52. Cronograma anual de actividades	111

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificación ISO 9001 :2008.....	124
Anexo 2. Sello hace bien.....	125
Anexo 3. Clientes de la empresa Chova del Ecuador S.A.	126
Anexo 4. Encuesta dirigida a la comunidad del Barrio Cashapamba	129
Anexo 5. Encuesta dirigida a los clientes de Chova del Ecuador S.A.	130
Anexo 6. Encuesta dirigida a los trabajadores de Chova del Ecuador S.A.....	131
Anexo 7. Estado de resultados año 2013 Chova del Ecuador S.A.....	132

RESUMEN

La presente investigación tratará del diseño de un modelo de Responsabilidad Social para la empresa Chova del Ecuador S.A. desde la óptica del empleado la sociedad y el medio ambiente. Su desarrollo está estructurado en cuatro capítulos; los mismos que se detallarán a continuación.

El primer capítulo constituye la Fundamentación Teórica, en donde se describirá los aspectos fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial, los actores que se consideran parte del cambio y el concepto de Marketing Social; con el fin de brindar la suficiente información al público interesado en el desarrollo de esta investigación.

En el segundo capítulo se realizará un Análisis Situacional de la Empresa, que consiste en la presentación de un Análisis FODA; del cual se obtendrán las directrices para generar estrategias de comunicación que faciliten la divulgación del Modelo de Responsabilidad Social. Adicional se ejecutará un Estudio de Mercado para identificar por medio de la encuesta personal los principales problemas que presenta la actual Filosofía de Responsabilidad Social de la empresa.

Con los resultados obtenidos se elaboró la Propuesta de un modelo de Responsabilidad Social que busca involucrar a sus empleados y comunidad en actividades sociales que realice la empresa, mediante la colaboración voluntaria de los mismos. Este modelo contará con planes de acción, cronograma y presupuesto.

Además se estructuró estrategias de comunicación, que den a conocer la responsabilidad con que la empresa ejerce sus operaciones, el respeto por los intereses de sus grupos de interés y el compromiso que tiene por ser responsable social y ambientalmente.

ABSTRACT

This research will be the design of a model of Social responsibility for the Chova del Ecuador S.A. enterprise from the perspective of the employee the society and the environment. Its development is structured in four chapters; the same ones that will be detailed below.

The First Chapter constitutes the Theoretical Foundation, where there will be described the fundamental aspects of the Managerial Social responsibility, the actors who are considered to be a part of the change and the concept of Social Marketing; in order to offer enough information to the public interested by the development of this investigation.

In the Second Chapter there will be realized a Situational Analysis of the Company, which consists of the presentation of an Analysis FODA; of which the guidelines will be obtained to generate strategies of communication that facilitate the publication of the Model of Social responsibility. Additional a Market research will be executed to identify by means of the personal survey the main problems that there presents the current Philosophy of Social responsibility of the company.

With the results obtained was the proposal of a model of Social responsibility that seeks to involve its employees and the community in social activities that the company, through the voluntary collaboration of the same. This model will feature action plans, schedule and budget.

It was also structured communication strategies, to know the responsibility that the company exerts its operations, respect for the interests of its groups of interest and commitment that has to be responsible for socially and environmentally.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones que consideran integrar una gestión socialmente responsable deben tomar en cuenta a todos los grupos de interés como: accionistas, empleados, proveedores, clientes, comunidad, gobierno, medio ambiente y futuras generaciones; con el compromiso de buscar un bienestar que favorezca a cada uno de sus participantes mediante la transparencia de sus operaciones.

Sin embargo, para el presente estudio se ha considerado a tres de sus participantes: empleados porque son los más afectados con la toma de decisiones, la sociedad como el beneficiario directo de una actuación responsable por parte de la empresa y el medio ambiente que es un factor inherente a cualquier actividad que se realice.

Chova del Ecuador S.A. se encarga de desarrollar sus actividades a través de mecanismos de diferenciación, mantención y crecimiento en el tiempo; esto lo ha conseguido gracias a su excelente gestión empresarial y trabajo en equipo.

A través de su filosofía de Responsabilidad Social, han podido realizar donaciones a Instituciones Sociales, mejorar sus procesos operativos, contribuir con el buen vivir siendo respetuosos con la sociedad, sus empleados y el medio ambiente.

¿Qué posibilidades tendrá Chova del Ecuador S.A. de implementar un Modelo de Responsabilidad Social enfocado al empleado, la sociedad y el medio ambiente?

El compromiso de convertirse en una empresa responsable conlleva un sin número de desafíos, no obstante en la actualidad las organizaciones están convencidas de que su continuidad dentro del mercado ya no solo dependerá de una estrategia de negocio, por lo que se han visto obligadas a responder a las nuevas tendencias que se han ido generando y sobre todo con aquellas en las que se hace relevancia temas ambientales y sociales.

La empresa Chova del Ecuador S.A. fue creada en Quito hace 35 años, su propósito es la investigación, desarrollo, fabricación, promoción y comercialización de productos asfálticos y de poliuretano para la construcción, la vialidad y demás sectores industriales.

Debido a un crecimiento en el sector de la producción y a una alta demanda de materiales de construcción, la empresa ha tenido que realizar una ampliación de nuevos productos consiguiendo que esta se desarrolle y crezca; este desarrollo está sustentado en normas internacionales que les han permitido brindar productos y servicios de la mejor calidad.

Posee una filosofía de Responsabilidad Social que representa el compromiso que tiene la empresa con sus trabajadores y la sociedad, sin embargo han presentado problemas en la difusión de su plan de acción debido a la debilidad en sus estrategias de comunicación; a pesar de que existe esta filosofía se cree que es necesario modificarla, ampliarla y recomendarla aplicando las leyes y normas que la actual sociedad nos exige.

El presente trabajo tiene por objetivo general:

- Diseñar un modelo de responsabilidad social para la empresa Chova del Ecuador S.A. que permita dar a conocer la responsabilidad social que tiene con la comunidad, el empleado y el medio ambiente.

Como objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente las razones por las que la empresa Chova del Ecuador S.A., debe implementar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa Chova del Ecuador S.A.
- Elaborar un modelo de Responsabilidad Social basado en los requerimientos que presenten sus Stakeholders.

La investigación empezó a ejecutarse el mes de Noviembre del 2013, se pretende dar por concluida en el mes de Febrero del 2015, donde se espera contar con el producto final de la investigación.

Este trabajo se realizó en la Provincia de Pichincha, específicamente en el Cantón Rumiñahui, situado a 19,3 km de Quito, Ciudad de Sangolqui vía Troncal de la Sierra, barrio Cashapamba.

Para la investigación se abordaron temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, normas y declaraciones que abalan el respeto por los derechos humanos, laborales y medioambientales.

Al hablar de Responsabilidad Social Empresarial, se está tomando en cuenta a todo ser que depende de un ecosistema en equilibrio para poder sobrevivir. Por este motivo las empresas que concientizan su labor en cuidar y respetar el espacio de los demás no solo mejoran la relación con su comunidad aledaña sino involucran a sus consumidores a convertirse en consumidores responsables que priorizan el “buen vivir” a costa de la satisfacción total de sus necesidades.

Es así que con la puesta en marcha de este modelo los beneficiarios directos en orden de prioridad serían: La sociedad por los beneficios que ofrecerá la empresa en cuanto a la búsqueda de su buen vivir y la empresa al incluir a sus empleados en la obtención de un fin común que garantice su éxito en el mercado.

La implementación de un Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Chova del Ecuador mejorará la situación actual de los empleados, la sociedad y el medio ambiente.

CAPÍTULO 1

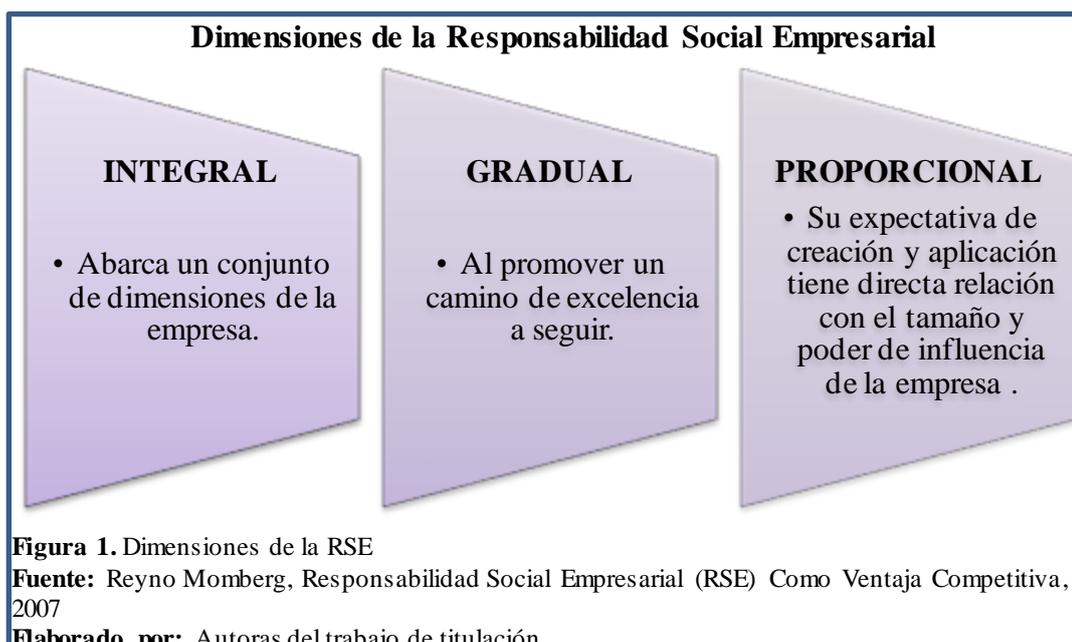
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (Cajiga Calderón, (s.f), pág. 4)

Es importante tener en cuenta que este concepto se caracteriza por estar en continuo desarrollo. Su amplitud dependerá de los avances y nuevas concepciones que obtenga la sociedad; es por ello que se ha tomado en cuenta tres claves que permitirán comprender su dimensión.

Como se puede observar en la siguiente figura la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es integral, gradual y proporcional:



1.2 Aspectos Fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial

1.2.1 Responsabilidad Económica

La Responsabilidad Económica es la primera responsabilidad que adquieren los representantes de las organizaciones; su compromiso se basa en la adquisición del máximo beneficio para la empresa, procurando que exista una mejora continua en su eficiencia y productividad y a la vez conseguir un máximo valor para los accionistas.

En otras palabras maximizar los beneficios y la producción con los recursos de los que se disponen. Para ello se compara el coste de la utilización de unos recursos con la obtención de unos resultados.

Costes= materias primas, energía, recursos financieros, laborales, etcétera.

Resultados= ingresos (Fernández García, 2009, pág. 91)

Constituye un aspecto fundamental para la RSE, porque, a medida que la empresa es más rentable, ésta tiene mejores posibilidades de implantar prácticas socialmente responsables.

Es evidente que sólo las empresas que tienen capacidad para generar recursos económicos pueden establecer medidas que contribuyan con el cuidado del medio ambiente y el respeto por los derechos humanos. No obstante, no es una razón para que aquellas empresas que no tienen un nivel económico sostenible no estipulen políticas responsables que procuren una disminución en el impacto ambiental y por qué no social.

1.2.2 Responsabilidad Social

“Se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones, públicas y privadas, y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.” (Fernández García, 2009, pág. 19)

De acuerdo a este contexto las empresas no son las únicas responsables de los problemas ambientales por los cuales actualmente atraviesa el mundo. Cada individuo tiene la obligación de preservar el medio ambiente y respetar el espacio de los demás.

La ética y la moral son las ramas que rigen esta responsabilidad, pues dependerá de la voluntad que cada persona tenga por llevarla a cabo.

1.2.3 Responsabilidad Medioambiental

El cambio climático es el primer desencadenante de una serie de normas, declaraciones o leyes propuestas por Organizaciones Internacionales, con el principal propósito de disminuir el impacto causado y prevenir futuras consecuencias.

Estas normas están destinadas a las empresas y agentes económicos que han sido los principales causantes de muchos fenómenos ambientales; considerando dentro de éstos: al calentamiento global, deforestación, desertificación, uso inapropiado del agua, destrucción de la capa de ozono, erosión, entre otros.

La responsabilidad no solo es para las empresas, pues ellas producen lo que la sociedad demanda de éstas. Es así como el consumismo es una razón para producir desequilibradamente, este consumismo pudo tener origen por el crecimiento poblacional y la falta de valores practicados por los individuos.

La responsabilidad medioambiental es, además, una responsabilidad ilimitada, pues el contenido de la obligación de reparación (o, en su caso, de prevención) que asume el operador responsable consiste en devolver los recursos naturales dañados a su estado original, sufragando el total de los costes a los que asciendan las correspondientes acciones preventivas o reparadoras. (Rueda Borrego, 2011, pág. 11)

Existen varios factores que por su impacto negativo en el mundo, se los ha considerado como aspectos relevantes de cambio; los mismos que han inspirado el concepto de Responsabilidad Social y Ambiental en el afán de reducirlos. Estos factores son detallados en la siguiente figura:



1.3 Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Una empresa responsable con su medio y grupos de interés no solo otorga beneficios, sino también los adquiere; es por ello que la iniciativa de ser partícipes de un cambio no debe representar malestares entre los accionistas o representantes de determinada organización.

El propósito general de participar activamente en un cambio es el de mejorar las actividades a través del uso adecuado de los recursos, consolidar un ambiente laboral en el que todos los que son parte de la organización trabajen conjuntamente en el logro de los mismos objetivos.

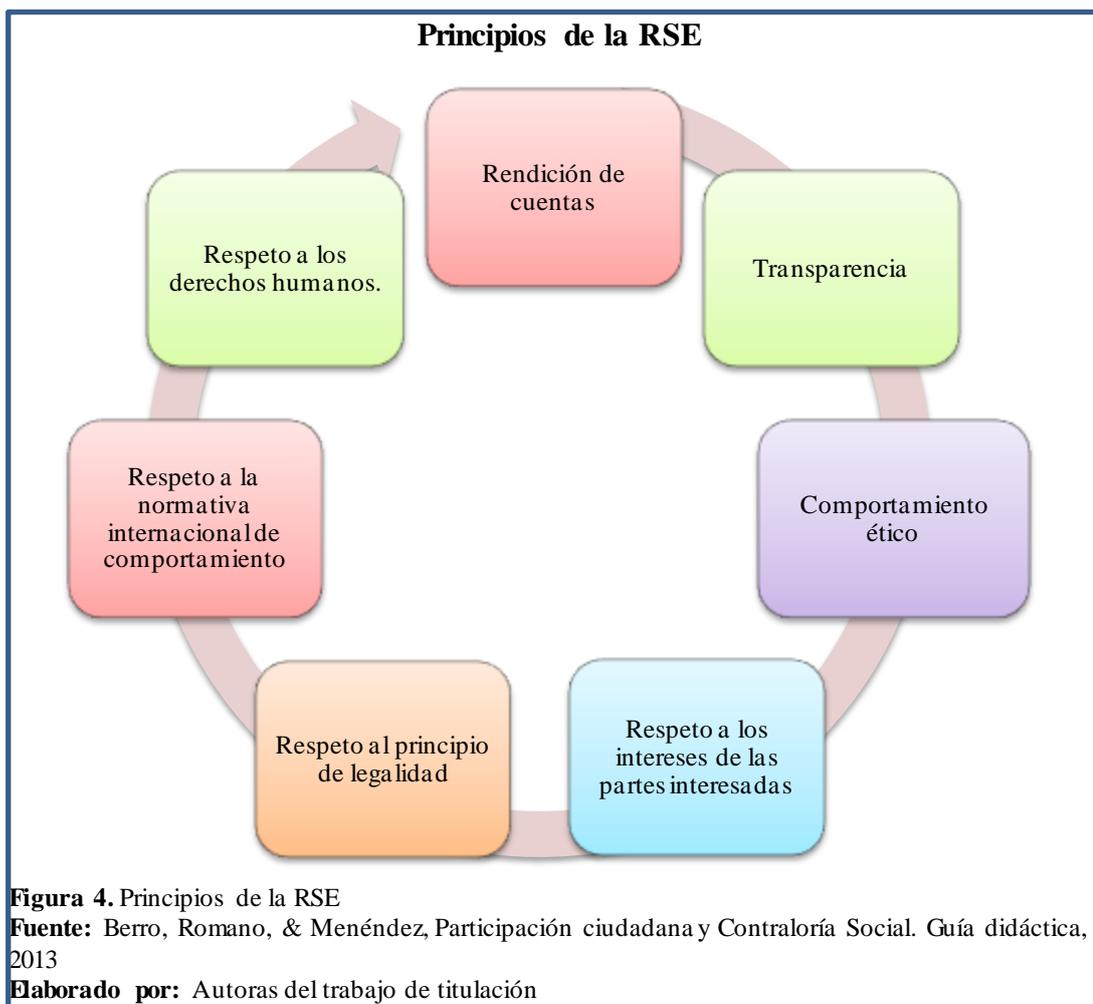
Tal como nos expresa la Figura 3, la fusión entre los diferentes Aspectos Fundamentales de la RSE concede a la empresa beneficios que permiten cumplir dicho propósito:



1.4 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Para adoptar una visión de negocio diferente a la de solo producir beneficios económicos en base al nivel de producción que se genere; es indispensable que las partes interesadas adopten principios que sustenten dicho cambio.

Estos principios están sustentados en el respeto a los intereses de cada participante y en la presentación de información veraz a entidades gubernamentales que la soliciten como control para evitar actividades ilícitas. Los mismos que se mencionan en la Figura 4:



1.5 Stakeholders

1.5.1 Concepto de Stakeholders

“Son Stakeholders todos los grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir, lo que obliga a la empresa a no centrarse únicamente en los accionistas o Stockholders”. (Navarro García, 2012, pág. 87)

De acuerdo a este concepto la empresa tiene la responsabilidad de tomar en cuenta los intereses de cada participante, involucrándoles en la búsqueda de un mismo objetivo lo que representaría una ventaja competitiva; sin embargo la mayoría de organizaciones se basa en el enfoque Stockholders que pretende la maximización de los beneficios económicos siempre y cuando estos satisfagan los intereses de sus accionistas.

1.5.2 Tipos de Stakeholders

Los actores principales por los cuáles una organización adquiere responsabilidades son sus Stakeholders. Estos a su vez poseen intereses que determinaran el respeto que tiene la organización con cada uno de ellos por el cumplimiento que esta otorgue.

Es así que en la Tabla 1, se describe los diferentes grupos de interés con los que se encuentra relacionada una empresa y los intereses que presenta cada uno de ellos.

Tabla 1. Tipos de Stakeholders

TIPO	INTERESES LEGITIMOS
Socios, accionistas e inversores	Beneficio, rentabilidad inversiones, gestión
Empleados	Salario, prestaciones sociales, seguridad, higiene, estabilidad, promoción, empleabilidad, participación, formación, desarrollo, no discriminación, clima laboral
Directivos	Capacidad de gestión, prestigio, ingresos
Creadores de opinión y conocimiento	Transparencia, información veraz y actualizada
Clientes	Justa relación calidad-precio, información veraz, garantías, salud y seguridad, posventa
Instituciones financieras	Transparencia, solvencia, lucha contra la corrupción
Competidores	Respeto reglas libre competencia, reciprocidad, cumplimiento, compromisos, cooperación
Proveedores y subcontratistas	Respeto reglas libre de mercado, capacidad de pago, información clara posibilidades comerciales, respeto marcas y propiedad industrial
Comunidades locales, países y sociedades	Respeto a la soberanía nacional, legalidad, lucha contra la corrupción, contribución, desarrollo, colaboración con instituciones
Administración pública	Legalidad, contribución desarrollo, colaboración con instituciones científicas, culturales, universidades, medio ambiente
Partidos políticos	Legalidad, contribución y desarrollo
Iglesias	Respeto a sus creencias y valores morales, participación ciudadana
Sindicatos	Respeto y promoción de derechos socio laborales
Universidades	Investigación, desarrollo, promoción

Notas: Interese legítimos de los grupos de interés según el autor Navarro García, Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. 2a Edición, 2012

A su vez se puede clasificar a los grupos de interés en:

Stakeholders Internos: Vinculados directamente a la empresa u organización, bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.

Stakeholders Externos: los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa como autoridades, grupos de presión, ONG, competidores, consumidores, etc. (Navarro García, 2012, pág. 89)

1.6 Normas y Declaraciones Internacionales de la RSE

Para concientizar un comportamiento responsable por parte de las empresas, algunas Organizaciones Internacionales han establecido una serie de normas y declaraciones que garanticen una aplicación adecuada del concepto de RSE; Priorizando tres ámbitos: protección y respeto al medio ambiente, los derechos humanos y laborales.

Es así como se han identificado tres medidas que estipulan recomendaciones enfocadas en estos ámbitos, no son consideradas de aplicación obligatoria; sin embargo pueden constituir un modelo idóneo a seguir por parte de las empresas que consideren involucrar a la RSE dentro de su sistema de Gestión Empresarial.

Estas son:

- **Pacto Mundial:**

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12,000 en más de 145

países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. (UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT, 2007)

- Normas sobre las Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales:

Reconociendo que, aunque los Estados tienen la responsabilidad primordial de promover y proteger los derechos humanos, asegurar que se cumplan, respetarlos y hacerlos respetar, las empresas transnacionales y otras empresas comerciales, en su calidad de órganos de la sociedad, también tienen la responsabilidad de promover y proteger los derechos enunciados en la Declaración Universal de Derechos Humanos. (University of Minnesota, 2003)

- Normas ISO 26000:

Es una guía y no una norma certificable, que incluye recomendaciones y herramientas útiles para identificar las partes interesadas de un determinado actor social, conocer los distintos ámbitos en los que una organización puede tener impactos sociales, económicos y ambientales, integrar la responsabilidad social en una organización, reforzar la comunicación y transparencia organizacional, y así aumentar su reputación y credibilidad y establecer criterios comunes sobre qué tipo de comportamientos se espera de un actor social. (Berro, Romano, & Menéndez, 2013, pág. 35)

Estas normas abarcan los tres ámbitos citados; sin embargo existen otras adicionales que han sido creadas específicamente para cada derecho, éstas serán descritas en el siguiente orden:

- En el Ámbito de los Derechos Humanos
- En el Ámbito de los Derechos Laborales
- En el Ámbito de los Derechos Medioambientales

1.6.1 En el Ámbito de los Derechos Humanos

Las normas que se presentan en las Tablas 2 a 5, están enfocadas en la protección de los Derechos Humanos, un trato justo y equitativo en consonancia con un ambiente de trabajo adecuado. Adicional a estas tres principios y normas se adhiere los Objetivos del Milenio que buscan los mismos propósitos descritos anteriormente.

Tabla 2. Principios del Pacto Mundial para los Derechos Humanos

PACTO MUNDIAL	
Principio 1:	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
Principio 2:	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Notas: Detalle de los principios del pacto mundial sobre los derechos humanos, obtenido de UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT, El Pacto Mundial, 2007

Tabla 3. Normas sobre las Responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los Derechos Humanos

NORMAS SOBRE LAS RESPONSABILIDADES DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES Y OTRAS EMPRESAS COMERCIALES	
A. Obligaciones generales	Los Estados tienen la responsabilidad primordial de promover y proteger los derechos humanos consagrados en la legislación internacional y nacional, asegurar que se cumplan, respetarlos y hacerlos respetar, incluso velando por que las empresas transnacionales y otras empresas comerciales respeten los derechos humanos. Dentro de sus respectivas esferas de actividad e influencia, las empresas transnacionales y otras empresas comerciales tienen la obligación de promover y

A. Obligaciones generales	proteger los derechos humanos consagrados en el derecho internacional y en la legislación nacional, incluidos los derechos e intereses de los pueblos indígenas y otros grupos vulnerables, asegurar que se cumplan, respetarlos y hacerlos respetar.
B. Derecho a la igualdad de oportunidades y a un trato no discriminatorio	Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales garantizarán la igualdad de oportunidades y de trato, como se dispone tanto en los instrumentos internacionales y la legislación nacional pertinentes como en las normas internacionales de derechos humanos, con el fin de eliminar toda discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, nacionalidad, origen social, condición social, pertenencia a un pueblo indígena, discapacidad, edad -con excepción de los niños, que pueden recibir mayor protección- u otra condición de la persona que no guarde relación con los requisitos para desempeñar su trabajo o con el cumplimiento de medidas especiales destinadas a superar la discriminación practicada en el pasado contra ciertos grupos.
F. Obligaciones en materia de protección del consumidor	Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales actuarán en consonancia con las prácticas mercantiles, comerciales y publicitarias leales y adoptarán cuantas medidas sean necesarias para garantizar la seguridad y calidad de los bienes y servicios que proporcionen, incluso observarán el principio de precaución. No producirán, distribuirán, comercializarán ni promocionarán productos dañinos o potencialmente dañinos para su uso por los consumidores.

Notas: Detalle de las normas obtenido de University of Minnesota, Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos, 2003

Tabla 4. Normas ISO 26000 para los Derechos Humanos

NORMAS ISO 26000	
Debida diligencia:	Identificar, prevenir y abordar los impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos, en cuanto a la acción de la organización, pero también los impactos de los actores con los que se relaciona.
Situaciones de riesgo para los derechos humanos: Situaciones de riesgo para los derechos humanos:	Detectar y poner más atención ante circunstancias y ambientes que presenten desafíos y dilemas relacionados con los derechos humanos y en los que el riesgo de abuso de éstos es mayor. Estas situaciones son, por ejemplo: conflictos bélicos o inestabilidad civil, contextos de extrema pobreza o desastres naturales, participación en actividades extractivas, actividades que afecten niños, etc.

<p>Evitar la complicidad:</p>	<p>La complicidad implica ayudar a que otros cometan un acto ilícito o condenable, teniendo conocimiento del hecho. La complicidad es directa si la organización colabora en un acto que viole los derechos humanos; es beneficiosa, si no interviene en el hecho pero se beneficia de sus resultados; o es táctica si se está en conocimiento de un acto ilícito, y no se lo denuncia ante una autoridad competente.</p>
<p>Resolución de reclamaciones:</p>	<p>Establecer mecanismos para que quienes creen que se han cometido abusos contra sus derechos, puedan llevar el problema ante la organización e intentar obtener una compensación. Estos mecanismos deben ser legítimos, accesibles, predecibles, equitativos, transparentes y surgidos del diálogo.</p>
<p>Discriminación y grupos vulnerables:</p>	<p>Adoptar un enfoque activo para dar iguales oportunidades a personas de todos los sectores sociales; y examinar sus procesos y asegurarse de que no se discrimina a nadie directa o indirectamente. Contribuir, si es posible, a compensar una situación de discriminación o el legado de una discriminación pasada.</p>
<p>Derechos civiles y políticos:</p>	<p>Respetar y apoyar el cumplimiento de todos los derechos civiles y políticos de todos los individuos. Estos son, entre otros, el derecho a la vida, la libertad de pensamiento, opinión y expresión, la libertad de reunión pacífica y asociación, a la propiedad, y al debido proceso legal.</p>
<p>Derechos económicos, sociales y culturales:</p>	<p>Respetar y apoyar el cumplimiento de todos los derechos civiles y políticos de todos los individuos. Además, siempre que sea adecuado, adoptar políticas específicas para asegurar la distribución eficaz de los bienes y servicios esenciales -por ejemplo el agua- en el caso de que esta distribución peligre.</p>
<p>Principios y derechos fundamentales en el trabajo:</p>	<p>Respetar y apoyar el cumplimiento de todos los derechos que regulan aspectos laborales, ya que han sido considerados como parte de los derechos humanos por su relevancia. Algunos de ellos son: la libertad de asociación, la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso, la abolición del trabajo infantil, la eliminación de la discriminación en relación con el empleo.</p>

Notas: Detalle de las normas ISO 26000 obtenido de Berro, Romano, & Menéndez, Participación ciudadana y Contraloría Social. Guía didáctica, 2013

Los Objetivos del Milenio (2000)

Tienen la gran virtud de fijar unos mínimos de dignidad humana, a partir de un apoyo político sin precedentes y de una alianza mundial, que responsabiliza a los países en desarrollo para que pongan orden en sus propios asuntos, y a los países desarrollados por apoyar seriamente esos esfuerzos con cambios concretos. (Farré & Masllorens, 2007, pág. 11)

Estos objetivos se centran en la erradicación de la pobreza extrema en el mundo; proponen medidas que garanticen un desarrollo sin barreras sociales, económicas, políticas, culturales y religiosas.

Esa búsqueda está basada en ocho pilares o fundamentos como se menciona en la Tabla 5.

Tabla 5. Objetivos del Milenio (2000)

Objetivo 1:	Erradicar la pobreza extrema y el hambre
Objetivo 2:	Lograr la enseñanza primaria universal
Objetivo 3:	Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
Objetivo 4:	Reducir la mortalidad infantil
Objetivo 5:	Mejorar la salud materna
Objetivo 6:	Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
Objetivo 7:	Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
Objetivo 8:	Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Notas: Objetivos del milenio obtenidos de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Objetivos de Desarrollo del Milenio, 2012

En este ámbito varias Organizaciones Internacionales han propuesto un sin número de directrices cuyo propósito es la protección, apoyo y respeto por los Derechos Humanos; a pesar de que su aplicación no es obligatoria este tipo de derechos son universales y por ende el control de su cumplimiento dependerá de cada legislación.

Desde una perspectiva general, lo que procuran estas directrices es el trato igualitario de parte de las empresas al seleccionar personal sin importar raza, estatus, religión,

nacionalidad, edad u opinión política y a su vez asegurar la adopción de los derechos civiles y políticos de todos los individuos.

Otro aspecto que se desea evitar, es la participación en actividades ilícitas con pleno conocimiento del hecho, puesto que se estaría actuando en contra de los principios de Responsabilidad Social Empresarial.

Además, se establece que las empresas deben proporcionar calidad en la elaboración de sus productos de tal manera que garanticen seguridad a sus consumidores. Este fundamento determinará el compromiso que existe por adoptar prácticas responsables con la sociedad.

Por lo descrito en párrafos anteriores cada país es responsable de generar un compromiso que promueva la abolición de actividades que degraden la dignidad del ser humano. Al dejar de ser un participante pasivo, el cumplimiento de cada norma, principio y objetivo será una realidad permitiendo que se trate de conseguir una equidad mundial.

1.6.2 En el Ámbito de los Derechos Laborales

Las políticas que se mencionan en las tablas siguientes tratan de la protección a los derechos laborales, por lo mismo estas normas o principios están respaldados en los derechos humanos.

Lo que proponen es que los trabajadores cuenten con un ambiente en condiciones laborales estables, salud y seguridad ocupacional y tengan acceso a un desarrollo personal y profesional.

Además de los Organismos que hemos tomado en cuenta para la descripción de las Normas y Declaraciones Internacionales, la Organización Internacional del Trabajo a lo largo del transcurso de los años ha propuesto convenios que amparen la protección de los derechos del trabajador. Se han creado certificaciones como la SA 8000 y otras normas que buscan los mismos objetivos como las OSHAS 18001.

En las tablas 6 a 11 que a continuación se presentan, se señalan cada una de las normas, principios y convenios mencionados anteriormente:

Tabla 6. Principios del Pacto Mundial para los Derechos Laborales

Principio 3:	Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
Principio 4:	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
Principio 5:	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
Principio 6:	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Notas: Detalle de los principios del pacto mundial sobre los derechos laborales, obtenido de UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT, El Pacto Mundial, 2007

Tabla 7. Normas sobre las Responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los Derechos Laborales

C. Derecho a la seguridad personal	<ul style="list-style-type: none"> - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales no cometerán actos que constituyan crímenes de guerra, crímenes de lesa humanidad, genocidio, tortura, desapariciones forzadas, trabajo forzoso u obligatorio, toma de rehenes, ejecuciones sumarias o arbitrarias, violaciones del derecho humanitario o delitos internacionales de otra índole contra la persona humana, según se definen en el derecho internacional, en particular en las normas de derechos humanos y en el derecho humanitario, ni se beneficiarán de esos actos. - Las disposiciones que adopten las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en materia de seguridad serán compatibles con las normas internacionales de derechos humanos y con las leyes y normas profesionales del país o de los países en que realicen sus actividades.
D. Derechos de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales no recurrirán al trabajo forzoso u obligatorio prohibido en los instrumentos internacionales y la legislación nacional pertinentes, así como en las normas internacionales de derechos humanos y en el derecho internacional humanitario. - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales respetarán los derechos de los niños a ser protegidos de la explotación económica prohibida en los instrumentos internacionales y la legislación nacional pertinentes, así como en las normas internacionales de derechos humanos y en el derecho internacional humanitario. - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales proporcionarán un entorno laboral seguro y

<p style="text-align: center;">D. Derechos de los trabajadores</p>	<p>saludable, de conformidad con lo dispuesto en los instrumentos internacionales y la legislación nacional pertinentes, así como en las normas internacionales de derechos humanos y en el derecho internacional humanitario.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales pagarán a los trabajadores una remuneración que les garantice un nivel de vida adecuado para sí y sus familias. Esa remuneración tendrá debidamente en cuenta lo que los trabajadores necesitan para tener unas condiciones de vida adecuadas y seguir mejorándolas. - Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales garantizarán la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva protegiendo el derecho de los trabajadores a constituir las organizaciones que estimen convenientes y, con sujeción solamente a las normas de cada organización, a afiliarse a ellas, sin distinción, autorización previa o intervención alguna, para la protección de sus intereses laborales y otros fines de negociación colectiva, según se establece en la legislación nacional y en los convenios pertinentes de la Organización Internacional del Trabajo.
---	---

Notas: Detalle de las normas obtenidos de University of Minnesota, Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos, 2003

Tabla 8. Normas ISO 26000 para los Derechos Laborales

<p style="text-align: center;">Trabajo y relaciones laborales:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asegurarse de que los vínculos laborales sean transparentes, y se aplique el marco legal e institucional adecuado en todos ellos -sean en relación de dependencia o por servicios brindados de forma independiente. - Adoptar políticas y medidas para cuidar el vínculo con los voluntarios, aun cuando éstos no entran estrictamente en la definición de trabajo.
<p style="text-align: center;">Condiciones de trabajo y protección social:</p>	<p>Respetar siempre la legislación aplicable, o por lo menos las disposiciones mínimas definidas en las normas laborales internacionales, tanto si las condiciones de trabajo se establezcan en leyes y regulaciones nacionales, o las determina el empleador.</p>

<p style="text-align: center;">Diálogo social:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer la importancia del diálogo y no obstaculizarlo, entiendo como tal todo tipo de negociación o intercambio de información entre las empresas, los gobiernos y los trabajadores, partiendo de la base que cada uno de estos actores tienen sus intereses particulares; y estos intereses pueden ser comunes o estar en conflicto. - El diálogo social eficaz apunta a lograr acuerdos y llegar a soluciones que consideren las expectativas de todas las partes. - Permitir que las partes interesadas se reúnan para negociar colectivamente, y brindar la información que sea requerida para el diálogo.
<p style="text-align: center;">Salud y seguridad ocupacional:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Promover y mantener el máximo bienestar físico, mental y social de los integrantes de la organización, y prevenir daños en la salud provocados por las condiciones laborales. - Respetar las normas de salud y seguridad, desarrollar políticas para cumplirlas, revisar constantemente todas sus funciones para detectar riesgos, y desarrollar mecanismos para corregir elementos que resulten dañinos a los trabajadores. - Además, informar a estos sobre los riesgos del trabajo y la forma de evitarlos, y brindar servicios de asistencia y protección para todo el personal.
<p style="text-align: center;">Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Promover la formación y el desarrollo humano implica dar la oportunidad a los miembros de la organización de expandir sus conocimientos y capacidades, y facilitarles acceso a oportunidades políticas, económicas y sociales. - Apoyar a los empleados que deban ser despedidos; y actuar de forma justa y equitativa en cuanto a promociones y otras oportunidades profesionales.

Notas: Detalle de las normas ISO 2600 obtenido de Berro, Romano, & Menéndez, Participación ciudadana y Contraloría Social. Guía didáctica, 2013

La Organización Internacional del Trabajo en su preocupación por evitar el abuso laboral por parte de los empleadores estructuró ocho convenios, los mismos que se mencionan en la tabla 9:

Tabla 9. Convenios de la OIT

El Consejo de Administración de la OIT ha establecido que ocho convenios son "fundamentales". Estos abarcan temas que son considerados como principios y derechos fundamentales en el trabajo: la libertad de asociación y la libertad sindical, y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva; la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil; y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.	
-	Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948 (núm. 87)
-	Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva, 1949 (núm. 98)
-	Convenio sobre el trabajo forzoso, 1930 (núm. 29)
-	Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso, 1957 (núm. 105)
-	Convenio sobre la edad mínima, 1973 (núm. 138)
-	Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil, 1999 (núm. 182)
-	Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (núm. 100)
-	Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958 (núm. 111)

Notas: Tipos de convenios de la OIT obtenido de Organización Internacional del Trabajo, Normas del Trabajo, (s.f)

La SA 8000

Es una certificación voluntaria su objetivo es mejorar las condiciones laborales, fue creada por la Social Accountability International (SAI).

“Se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc.” (FAO, (s.f)).

Esta certificación aborda diferentes aspectos relacionados con:

Tabla 10. La SA8000

-	Trabajo infantil
-	Trabajos forzados
-	Seguridad e higiene en el trabajo
-	Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
-	Discriminación laboral
-	Medidas disciplinarias
-	Horario laboral (máximo: 48 horas semanales)
-	Remuneración

Notas: Aspectos que aborda la norma SA800 obtenido de Navarro García, Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. 2a Edición, 2012

Las OSHAS 18001

Su finalidad es proporcionar a las organizaciones un modelo de sistema para la gestión de la seguridad y salud en el lugar de trabajo, que les sirva tanto para identificar y evaluar los riesgos laborales, los requisitos legales y otros requisitos de aplicación; como para definir la política, estructura organizativa, las responsabilidades, las funciones, la planificación de las actividades, los procesos, procedimientos, recursos, registros, etc., necesarios para desarrollar, poner en práctica, revisar y mantener un sistema de gestión de la Seguridad y Salud Laboral. (Enríquez Palomino & Sánchez Rivero, 2007, pág. 13)

Esta norma se fundamenta en el respeto y compromiso que sienten los representantes de las empresas por su personal, esto incluye la seguridad y el lugar de trabajo que estos les proporcionen. Su aplicación generará ventajas competitivas tales como:

Tabla 11. Ventajas Competitivas OSHAS 18001

- Proporciona una mejora continua en la gestión de la prevención, mediante la integración de la misma en todos los niveles jerárquicos y organizativos, y la utilización de metodologías, herramientas y actividades de mejora.
- Potencia la motivación de los trabajadores, a través de la creación de un lugar y un ambiente de trabajo más ordenados, más propicios y más seguros, y de su implicación y participación en los temas relacionados con la prevención, mediante el fomento de la cultura preventiva.
- Facilita herramientas para disminuir los incidentes y accidentes laborales, y como consecuencia de esto, reducir los gastos que estos ocasionan, tanto directos, por los daños personales o materiales que puedan causar, como indirectos, al disminuir el tiempo de inactividad o la repetición innecesaria de procesos.
- Permite cumplir y demostrar que se cumple con la legalidad, lo que evita retrasos o paralizaciones de la actividad, causadas por el incumplimiento de la legislación en materia de prevención de riesgos laborales.
- Posibilita obtener reducciones en las primas de algunos seguros relacionados con la seguridad y salud laboral, como por ejemplo, los seguros contra incendios o los de responsabilidad civil.
- Hace que la imagen de la empresa se potencie de cara a los clientes, a la sociedad y a la administración, demostrando el compromiso de la organización con la seguridad y salud de los trabajadores, sobre todo si la empresa se decide por la certificación de su sistema.

Notas: Detalle de las ventajas de las OSHAS 18001 obtenido de Palomino & Sánchez Rivero, OHSAS 18001: 2007. Interpretación, aplicación y equivalencias legales, 2008

Las normas, convenios y certificaciones existentes que amparan los Derechos Laborales, parten del respeto y la adopción de los Derechos Humanos; por lo tanto su cumplimiento será controlado por la Legislación Nacional pertinente.

La finalidad de estas normas es proporcionar un entorno laboral seguro y saludable, en el que los trabajadores sean informados oportunamente de los riesgos laborales que implicarían determinadas actividades; no obstante es responsabilidad de la empresa realizar revisiones constantes de las funciones a fin de detectar riesgos y tratar de abolirlos, mediante el desarrollo de mecanismos que permitan corregir actividades dañinas para los trabajadores.

Entre los deberes de los empleadores está: garantizar un nivel de vida adecuado para el trabajador y su familia, lo que involucra el pago de una remuneración digna acorde a las necesidades que estos presenten. Sería significativo que esta remuneración también sea destinada de acuerdo al nivel de riesgo o importancia que implique determinada actividad como una forma de gratitud por el esfuerzo entregado.

Un punto que se pretende cultivar es la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, siempre y cuando los vínculos laborales sean transparentes; lo que representa un diálogo en el que el gobierno, las empresas y los trabajadores respeten sus intereses particulares.

Adicionalmente, se espera promover la formación y el desarrollo humano, mediante cursos que generen una ampliación de conocimientos y mejora de las capacidades innatas de cada trabajador; esto les servirá como oportunidad de crecimiento personal y profesional.

Se debe recordar que está totalmente prohibido la explotación infantil y el trabajo forzoso u obligatorio; puesto que van en contra de los principios promulgados por varios Organismos Internacionales, nombrados anteriormente en defensa y cumplimiento de los Derechos Humanos.

1.6.3 En el Ámbito de los Derechos Medioambientales

El respeto por mantener el equilibrio en el ecosistema sin que las actividades productivas ocasionen impactos ambientales es el tema principal que aborda las siguientes estipulaciones en las tablas 12-16; en estas el uso adecuado de los recursos, el manejo responsable de los desechos y una gestión ambiental oportuna son aspectos que determinan el control de las actividades empresariales. A estas normas se une la Norma ISO 14000 como una guía de procedimientos a cumplir para obtener una gestión ambiental adecuada y los Principios CERES como un modelo de conducta medioambiental. Los mismos que se especificaran a continuación:

Tabla 12. Principios del Pacto Mundial para los Derechos Medioambientales

Principio 7:	Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
Principio 8:	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Principio 9:	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Notas: Detalle de los principios del pacto mundial sobre los derechos laborales, obtenido de UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT, El Pacto Mundial, 2007

Tabla 13. Normas sobre las Responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales para los Derechos Medioambientales

G. Obligaciones en materia de protección del medio ambiente	Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales realizarán sus actividades de conformidad con las leyes, los reglamentos, las prácticas administrativas y las políticas nacionales relativos a la conservación del medio ambiente de los países en que realicen sus actividades, así como de conformidad con los acuerdos, principios, objetivos, responsabilidades y normas internacionales pertinentes relacionados con el medio ambiente y los derechos humanos, la salud pública y la seguridad, la bioética y el principio de precaución y, en general, realizarán sus actividades de forma que contribuyan al logro del objetivo más amplio del desarrollo sostenible.
--	--

Notas: Detalle de las normas obtenidos de University of Minnesota, Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos, 2003

Tabla 14. Normas ISO 26000 para los Derechos Medioambientales

<p>Prevención de la contaminación:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar tanto la contaminación actual como los riesgos ambientales potenciales por emisiones al aire, vertidos al agua, generación de residuos, y uso y disposición de productos químicos tóxicos y peligrosos. - Identificar los riesgos producto de sus actividades y decisiones, medir, registrar, e informar sobre sus fuentes de contaminación de manera periódica; y reducir al máximo posible sus impactos ambientales. - Especialmente, cumplir con la prohibición de trabajar con determinados productos químicos prohibidos; e implementar un sistema de prevención y preparación ante accidentes ambientales.
<p>Uso sostenible de los recursos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cambiar los patrones y volúmenes de consumo y producción actuales, para que sean acordes a la capacidad de absorción del planeta: usando los recursos naturales en una medida menor o igual que su tasa de renovación natural. - Identificar las fuentes de energía, medir, registrar e informar sobre los consumos, implementar medidas de ahorro energético, y utilizar en la mayor medida posible, materiales reciclados y reutilizados.
<p>Mitigación y adaptación al cambio climático:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Esforzarse por minimizar emisión de Gases Efecto Invernadero, identificando todas las fuentes de emisión sean directas o indirectas, midiendo e informando sobre éstas; e implementar mecanismos para reducirlas y minimizarlas de manera progresiva. - Tomar como objetivo la neutralidad del carbono. En cuanto a reducir la vulnerabilidad frente al cambio climático, identificar riesgos a futuro y oportunidades para minimizarlos, e implementar medidas para responder a impactos actuales y potenciales. - También, ayudar a los grupos de interés en su proceso de adaptación.
<p>Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valorar y proteger la biodiversidad: la diversidad genética y los ecosistemas naturales para asegurar la supervivencia de las especies; y valorar, proteger y restaurar los servicios de los ecosistemas, tales como alimentos, agua, combustible, control de inundaciones, suelo, polinizadores, fibras naturales, recreación y la absorción de contaminación y residuos. - Usar la tierra y los recursos naturales de manera sostenible, y fomentar un desarrollo urbano y rural ambientalmente sólido.

Notas: Detalle de las normas ISO 26000 obtenido de Berro, Romano, & Menéndez, Participación ciudadana y Contraloría Social. Guía didáctica, 2013

Normas ISO 14000

Es un conjunto de procedimientos que proporcionan a la dirección de la empresa, las reglas y pautas para elaborar un sistema de gestión medioambiental que permita una mejora ambiental continua en sus procesos productivos. Estas normas son de adopción voluntaria y de reconocimiento internacional. (Cordero Salas & Sepúlveda, 2012, pág. 6)

Como se menciona en la tabla 15, las Normas ISO 14000 están enfocadas desde dos perspectivas: evaluación para empresas y otras de evaluación para producto, son básicamente un conjunto de procedimientos a seguir que facilitarán el cumplimiento de cada norma:

Tabla 15. Normas ISO 14000

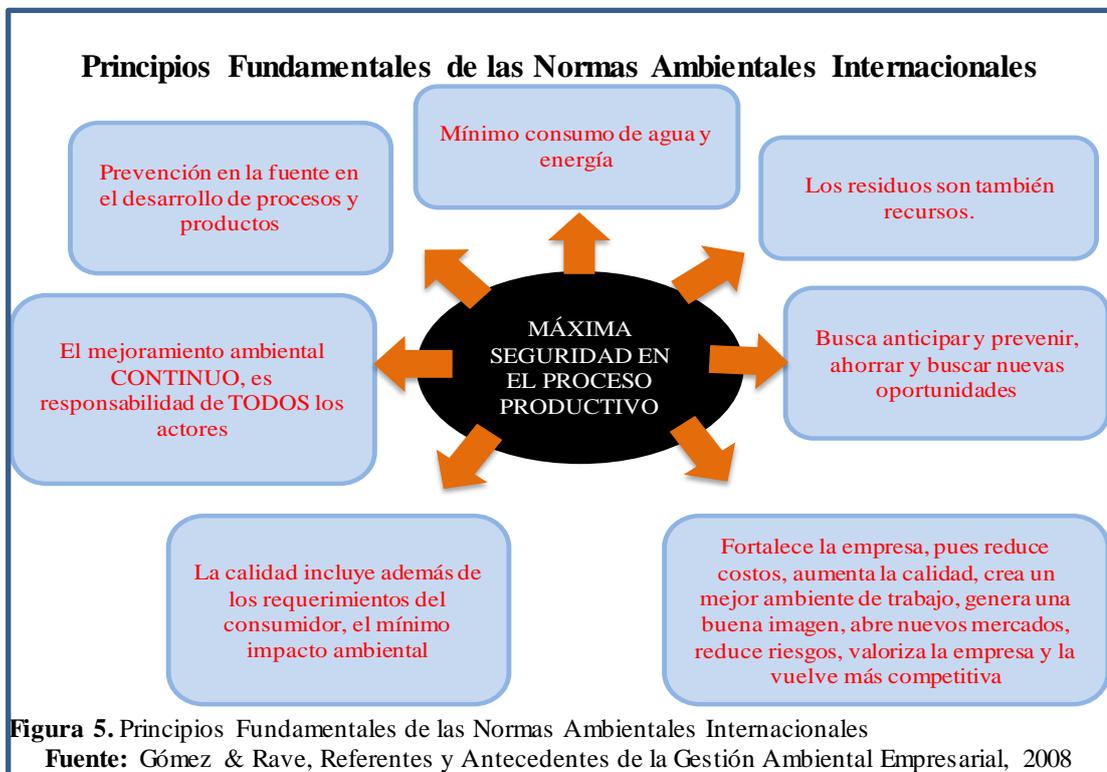
NORMAS DE EVALUACIÓN PARA ORGANIZACIONES	NORMAS DE EVALUACIÓN PARA EL PRODUCTO
ISO 14004:	ISO 14020:
Sistemas de gestión ambiental – Directrices generales sobre principios sistemas y técnicas de apoyo.	Meta y principios de todo el etiquetado/clasificación ambiental.
ISO 14001:	ISO 14021:
Sistema de gestión ambiental – Especificaciones con guía para el uso.	Etiquetas ambientales y auto declaración de las reivindicaciones ambientales – Términos y definiciones.
ISO 14010:	ISO 14022:
Directrices para la auditoría ambiental – Principios generales.	Etiquetas ambientales y declaraciones – auto declaración de las reivindicaciones ambientales – Símbolos.
ISO 14011:	ISO 14023:
Directrices para la auditoría ambiental – Procedimientos de auditoría: Auditoría del SGA.	Etiquetas ambientales y declaraciones auto declaración de las reivindicaciones ambientales – Ensayo y verificación.
ISO 14012:	ISO 14024:
Directrices para la auditoría ambiental – Criterio de calificación para auditores de ambientales.	Declaraciones – Etiquetado ambiental tipo I – Principios guía y procedimientos.
ISO 14015:	ISO 14040:
Evaluaciones ambientales en planta.	Gestión ambiental – Evaluación del ciclo de vida (E.C.V.) – Principios y esquema.
ISO 14031:	ISO 14050:

Evaluación de los resultados ambientales.

Términos y definiciones – Guía sobre los principios para la terminología de trabajo ISO/TC 207/SC6.

Notas: Contenidos de las normas ISO 14000 obtenido de Geocities, Normas de la serie ISO 14000, 2000

Buscar un equilibrio ambiental en el que se garantice el cuidado del ecosistema sin que una organización deje de generar actividades productivas, se apoya en algunos principios que en la Figura 5 se presentan:



Los principios CERES

“Son un código corporativo modelo de conducta medioambiental creados por la Coalición para Economías Medioambientales Responsables en inglés CERES, una liga de inversores, fideicomisarios de pensiones públicas, fundaciones, sindicatos y organizaciones medioambientales, religiosas y de interés público”. (Navarro García, 2012, pág. 210)

Con el fin de conocer sobre lo que trata cada principio a continuación, en la Tabla 16 se detalla sus objetivos:

Tabla 16. Principios CERES

<p>1. PROTECCIÓN DE LA BIOSFERA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminar la liberación de cualquier contaminante que pudiera causar daño ambiental al aire, al agua, a la tierra o sus habitantes. - Proteger los hábitats en ríos, lagos, tierras pantanosas, costas y océanos, y aminorar la contribución al calentamiento del globo terrestre, al agotamiento de la capa de ozono, la lluvia ácida o el smog.
<p>2. USO PROTECTOR DE LOS RECURSOS NATURALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uso protector de los recursos naturales renovables, tales como el agua, los suelos y los bosques. - Preservar los recursos naturales no renovables a través del uso eficiente y la planificación cuidadosa. - Proteger el hábitat salvaje, los espacios abiertos y las zonas vírgenes, a la vez que se preservara la biodiversidad.
<p>3. REDUCCIÓN Y ELIMINACIÓN DE DESECHOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar la creación de desechos, especialmente desechos peligrosos, y en la medida de lo posible reciclar materiales. - Eliminar todos los desechos empleando métodos seguros y responsables.
<p>4. USO PRUDENTE DE LA ENERGÍA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar fuentes de energía ambientalmente seguras y mantenibles para satisfacer las necesidades. - Invertir en una mayor eficiencia y conservación de la energía en las operaciones. - Maximizar la eficiencia energética de los productos que producen o venden.
<p>5. REDUCCIÓN DE RIESGOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar los riesgos ambientales para la salud y la seguridad de los empleados y las comunidades en las cuales actúan, empleando tecnología y procedimientos operativos seguros y estar constantemente preparados para las emergencias.
<p>6. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGUROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vender productos o servicios que minimicen los impactos ambientales adversos y que sean seguros en la forma en que normalmente los utilizan los consumidores. A estos los informaran acerca de los impactos ambientales de los productos o servicios.
<p>7. COMPENSACIÓN DE DAÑOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hacerse responsables de cualquier daño que causen al medio ambiente, haciendo todo esfuerzo posible por restaurarlo plenamente y compensar a aquellas personas que se vean adversamente afectadas.
<p>8. DIVULGACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgar a los empleados y al público incidentes relacionados con las operaciones que causen daño ambiental o representen riesgos para la salud o la seguridad. - Revelar riesgos potenciales ambientales para la salud o para la seguridad, planteados por las operaciones, y no tomar ninguna acción en contra de empleados que

	informen cualquier situación que represente peligro para el medio ambiente o plantee riesgos para la salud y la seguridad.
9. DIRECTORES Y ADMINISTRADORES AMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none"> - Al menos un miembro de la Junta directiva será una persona calificada para representar los intereses ambientales. - Comprometer recursos administrativos para llevar a la práctica estos principios, incluyendo la asignación de fondos para un cargo de vicepresidente para asuntos ambientales o una posición ejecutiva equivalente, reportando directamente al funcionario ejecutivo principal, para vigilar e informar sobre los esfuerzos de implementación
10. EVALUACIÓN Y AUDITORIA ANUAL	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar y hacer pública una autoevaluación anual de los progresos en la implementación de estos principios y en su cumplimiento con todas las leyes y reglamentaciones aplicables en cada una de las operaciones a nivel mundial. - Trabajar en la creación oportuna de procedimientos de auditoría ambiental independiente que se ejecutaran anualmente y pondrán a disposición del público.

Notas: Detalle de los propósitos de los principios obtenido de CERES Organización Internacional, Los Principios de Valdéz , (s.f)

El ámbito ambiental tiene un enfoque preventivo, que procura la máxima reducción de los impactos ambientales ocasionados por las actividades operacionales de las empresas. Y a su vez promueve el uso de materiales reciclados y reutilizados para minimizar la creación de desechos.

Es obligación de las empresas medir, registrar e informar de manera periódica a sus empleados y al público, sobre las actividades que causen daños ambientales o representen riesgo para su salud o seguridad. De igual forma deben evitar la producción o fabricación de productos nocivos para el ecosistema, para ello se recomienda cambiar los patrones de consumo y volúmenes de producción.

Promover una mayor responsabilidad ambiental implica el uso de los recursos naturales de manera sostenible, a través de un uso eficiente y una planificación cuidadosa; de tal manera que se pueda compensar el daño.

Como se estipula en los principios Ceres, al menos se debe nombrar un representante en la Junta Directiva que cuide y fomente el respeto por los intereses ambientales, así

se garantizará que la empresa realice gestiones ambientales oportunas que eviten impactos irreversibles.

1.7 Consecuencias Prácticas de la Responsabilidad Social

1.7.1 Efectos en los Grupos de Interés

Si se considerara que en el mundo no existen problemas que son consecuencia de ciertas prácticas empresariales, la idea de fomentar la responsabilidad en las empresas no hubiera surgido.

La RSE, a más de responder efectivamente a los intereses de cada Stakeholders, es capaz de crear efectos positivos que favorecen al entorno mundial en aspectos económicos, políticos, tecnológicos y culturales. Esos efectos se describen en la Tabla 17:

Tabla 17. Efectos en los Grupos de Interés

ACCION	EFECTO/IMPACTO
Integración de comunidades en lucha (contratación de excombatientes), discriminadas, perseguidas.	Prevención de conflictos bélicos y/o apoyo al proceso de paz
Lucha contra la corrupción	Estabilidad interna, transparencia, fortalecimiento institucional
	Difusión de la ética en los negocios y la RSC
	Promoción de buenas prácticas en proveedores locales
Apoyo al desarrollo tecnológico, asistencia técnica	Transferencia de tecnología know-how y aprendizaje
Inversiones en infraestructura (transporte, telecomunicaciones, fabricas)	Creación de empleo (directo, indirecto)
	Difusión de prácticas de negocios internacionales
	Captación de socios locales (join-venture)
Inversiones en infraestructura institucional (sistema legal, financiero, beneficios sociales o laborales)	Apoyo al buen gobierno (mejora de Administración pública, erradicación de corrupción)
	Captación y participación de socios locales
	Creación de empleo
	Difusión de prácticas de negocios internacionales y sistema de gestión
	Sostenibilidad
Comercio justo	Promoción de la industria, el empleo y la economía local
	Formación de trabajadores y generación de capital humano

Educación y formación	Capacitación: desarrollo de habilidades profesionales (Directivas, técnicas, etc.) en el personal local
	Desarrollo de RR.HH y potenciación y retención (en el país de origen) del capital humano nacional (evitando la fuga de cerebros)
	Alfabetización y empoderamiento de comunidades locales
Sistemas de producción no contaminantes	Protección medioambiental, mejora de la salud pública
Reciclaje de residuos	Protección medioambiental
Salud y seguridad laboral	Mejora las condiciones laborales y sanitarias
Filantropía: donaciones, cooperantes, asesoría técnica	Técnicas participativas
	Promoción de los derechos humanos
Gestión de recursos humanos	Abolición del trabajo infantil
	Abolición del trabajo forzoso
	Derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva
	Reducción de la jornada laboral
	Integración socio laboral de población discriminada
	Promoción de los derechos humanos
Competencia legal y juego limpio	Reactivación económica y reducción de la pobreza
	Creación de los productos y servicios adecuados al mercado
	Promoción de la ética en los negocios
Marketing social	Promociones de ideas o principios de diversa índole (integración de la mujer, respeto medioambiental, respeto a las minorías)

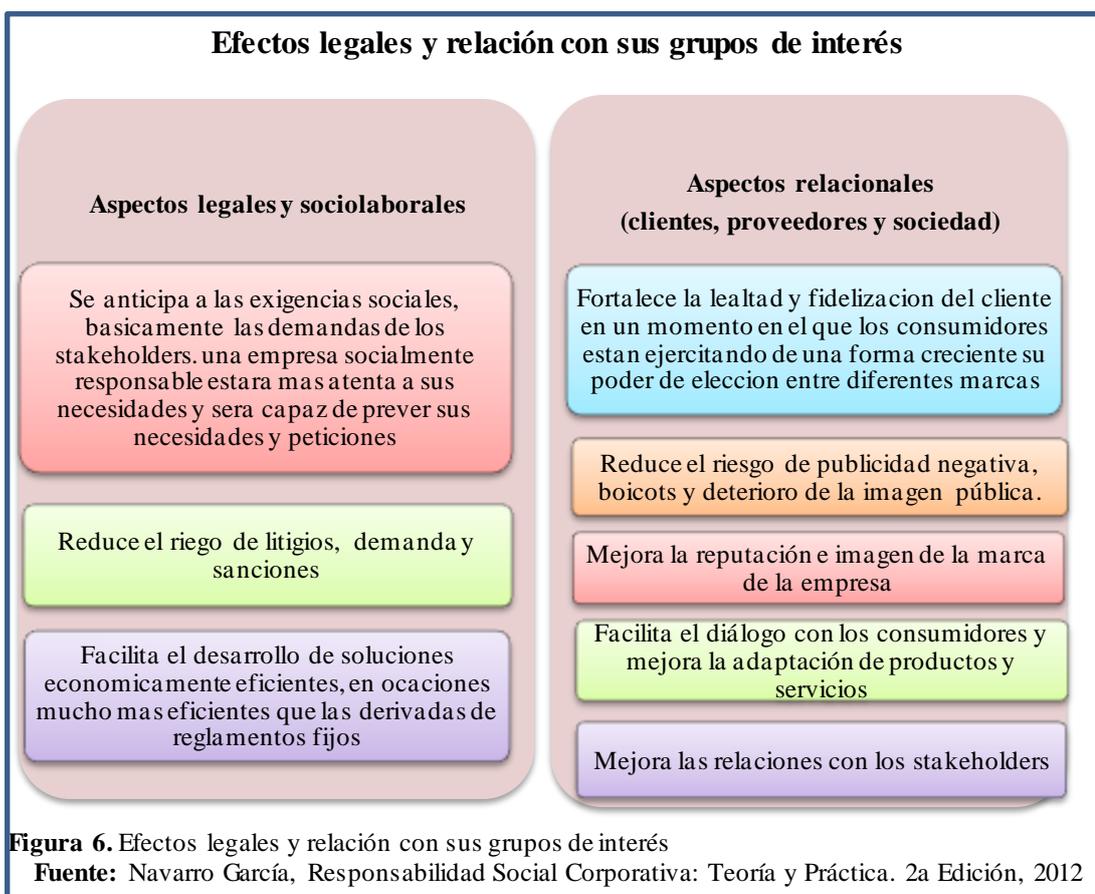
Notas: Efectos e impactos que se producen en los grupos de interés según el autor Navarro García, Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. 2a Edición, 2012

Cuando las empresas generan respeto hacia los intereses de sus Stakeholders, los beneficios que se obtienen representan oportunidades de desarrollo para el país. Es así como se consigue una estabilidad interna y un fortalecimiento institucional, que da lugar básicamente a la generación de trabajo.

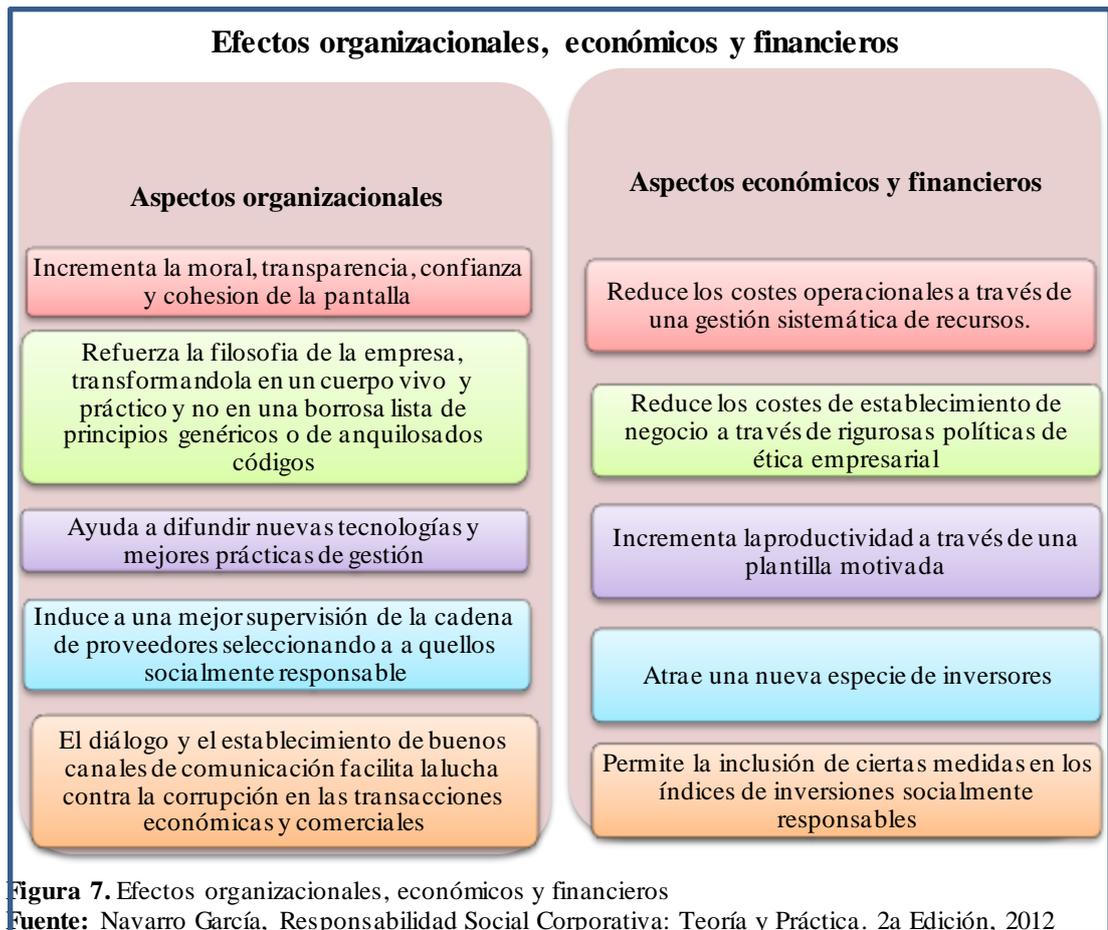
Además, representa la práctica de los lineamientos o directrices propuestas en los Derechos Humanos, Laborales y Ambientales; puesto que entre los efectos que se presentan están: la erradicación de la corrupción, protección del medio ambiente, mejora de las condiciones laborales y sanitarias, abolición del trabajo infantil y forzoso, reducción de la pobreza y el fomento de técnicas participativas, como donaciones, cooperantes y asesoría técnica.

1.7.2 Efectos en la propia Organización

Entre los efectos que la aplicación de la RSE provoca en la Organización, un cambio en aspectos de tipo económico, financiero, organizacional y legal mejorará la gestión administrativa y por lo tanto la relación con sus grupos de interés; además la presentación de información de manera transparente asegurará que la empresa ejerce actividades lícitas. En las figuras 6 y 7, se detalla los beneficios que generan en los diferentes aspectos.



Una empresa socialmente responsable tiene como característica principal la transparencia en sus operaciones y en la información, pues cumple con las disposiciones de la legislación nacional así se reduce el riesgo de sanciones que paralicen sus actividades económicas; a su vez consigue un posicionamiento de marca que responde a la fidelidad otorgada por el cliente.



La generación de efectos positivos en las actividades de la empresa conlleva a la creación de ventajas competitivas que establezcan diferencias significativas al momento de la elección de los productos por parte de los consumidores.

Sería importante que se concientice un consumo responsable, de tal manera que exista una colaboración mutua entre el usuario, al adquirir productos ecológicos y la empresa al no utilizar productos químicos que afecten la salud de los consumidores y el equilibrio ecológico.

1.8 Modelos de Responsabilidad Social Empresarial

En la actualidad lo que toda organización busca ya no es solo ser competitivo, sino mantener lineamientos en los que se consiga incluir la RSE para mantener un desarrollo sostenible.

Un modelo de responsabilidad social es un instrumento que facilita la adopción de la RSE, este instrumento permite un control del impacto económico, social y ambiental de todas aquellas actividades que se desarrollan dentro de una empresa.

La RSE plantea nuevos escenarios y desafíos, la incorporación de esta como un modelo sistémico, que aborde la planificación estratégica de la organización y le permita alcanzar la excelencia. En relación a estos retos, la ONG Británica Accountability realizó en el año 2007 un estudio del progreso del Estado de la Competitividad Responsable con alcance global, evaluó las prácticas empresariales responsables en 108 países y emitió un informe denominado “El Índice de Competitividad Responsable” (ICR), que determina los países que tienen condiciones sociales y están desarrollando políticas públicas para fomentar la competitividad responsable

Para cumplir con este desafío, las empresas tienen que implementar, un modelo sistémico de gestión para la incorporación de la RSE, que permita la planificación, implementación, seguimiento y evaluación de los resultados, metodología abordada por los diversos modelos, enfoques o tendencias que denotan la excelencia empresarial, entre ellos: las normas propuestas por la Organización Internacional para la Estandarización ISO8 sobre calidad, ambiente, gestión ambiental, gestión de la seguridad industrial y responsabilidad social; el modelo desarrollado por la European Foundation for Quality Management de excelencia empresarial y las normas estructuradas por organizaciones internacionales para la gestión de la RSE AA1000, SGE21:2008, SA 8000 – 2008.

El diseño de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial se basa en una serie de normas que promueven la adopción de un enfoque basado en procesos orientados a la mejora continua.

A continuación se presenta normas que ayudarían a la creación de un modelo de Responsabilidad Social para la empresa CHOVA del Ecuador S.A.

Tabla 18. Modelo ISO 26000

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Organización Internacional de Normalización	Norma que no permite certificación Proporciona directrices para establecer, implementar, establecer y mejorar la RSE. Proporciona una guía de para todo tipo de organización sobre: conceptos, términos, definiciones, características, principios relacionados con la RSE	Aborda siete principios fundamentales: Derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad

Notas: Ejemplo de modelo según ISO 26000 datos obtenidos de Online Browsing Platform (OBP), ISO 26000:2010, 2010

Tabla 19. Modelo Norma SGE21

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Forética	Primer sistema de gestión de la Responsabilidad Social Europeo Permite auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social Establece, implementa, y avalúa la Gestión Ética.	Sistematiza la relación con nueve áreas: áreas de gestión, clientes proveedores, personas que trabajan para la organización, entorno social y ambiental, inversores, competencia, administraciones públicas.

Notas: Ejemplo de modelo según SGE21 obtenido de eForética, Estándares: SGE21, 2014

Tabla 20. Modelo Norma SA 8000:08

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Social Accountability International (SAI)	Es una norma que permite certificación. Promueve mejoras en las condiciones laborales. Se basa en acuerdos internacionales sobre condiciones laborales con temas de la justicia social y derechos de los trabajadores. Genera la implementación de los derechos humanos y laborales.	Establece normas básicas: trabajo infantil, el trabajo forzoso, salud y seguridad, libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, discriminación, las prácticas de disciplina y la compensación.

Notas: Ejemplo de modelo según SA8000 obtenido de INGECAL, RS: Responsabilidad Social – Modelos de aplicación, 2011

Tabla 21. Modelo Norma AA1000:1999

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Institute Of Social And Ethical Accountability ¹¹	Es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización	Su aplicación está basada en un compromiso de responsabilidad la inclusión de los Stakeholders en la toma de decisiones y los tres principios: relevancia, exhaustividad y capacidad de respuesta

Notas: Ejemplo de modelo según AA1000 obtenido de eForética, Estándares: AA1000, 2014

Tabla 22. Modelo Norma ISO 9001:2008

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Organización Internacional de Normalización	Norma internacional certificable.	Promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Aplica la metodología conocida como: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar

Notas: Ejemplo de modelo según ISO 9001 obtenido de Normas 9000.com, Que es la ISO 9001, 2008

Tabla 23. Modelo Norma ISO 14000:2004

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
Organización Internacional de Normalización	Norma internacional certificable.	Estable la incorporación de un sistema de gestión ambiental. Especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización desarrollar e implementar una política y unos objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y la información sobre los aspectos ambientales significativos

Notas: Ejemplo de modelo según ISO 14000 obtenido de Normas y Certificaciones, Norma ISO 14000, 2004

Tabla 24. Modelo Norma OSHAS 18001:2007

CREADA POR	ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN
OHSAS12 Proyect Group	Norma internacional certificable	Estándares voluntarios internacionales relacionados con la gestión de seguridad y salud ocupacional, sistema que entrega requisitos para implementar un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional, habilitando a una empresa para formular una política y objetivos específicos asociados al tema, considerando requisitos legales e información sobre los riesgos inherentes a su actividad.

Notas: Ejemplo modelo según OSHAS 18001 obtenido de OSHAS 18001, Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, 2007

Las normas internacionales promueven la adopción de un enfoque basado en procesos orientados hacia la mejora continua a través de criterios a los que deben ajustarse las organizaciones, cada una de estas normas proponen una serie de directrices desde un enfoque responsable.

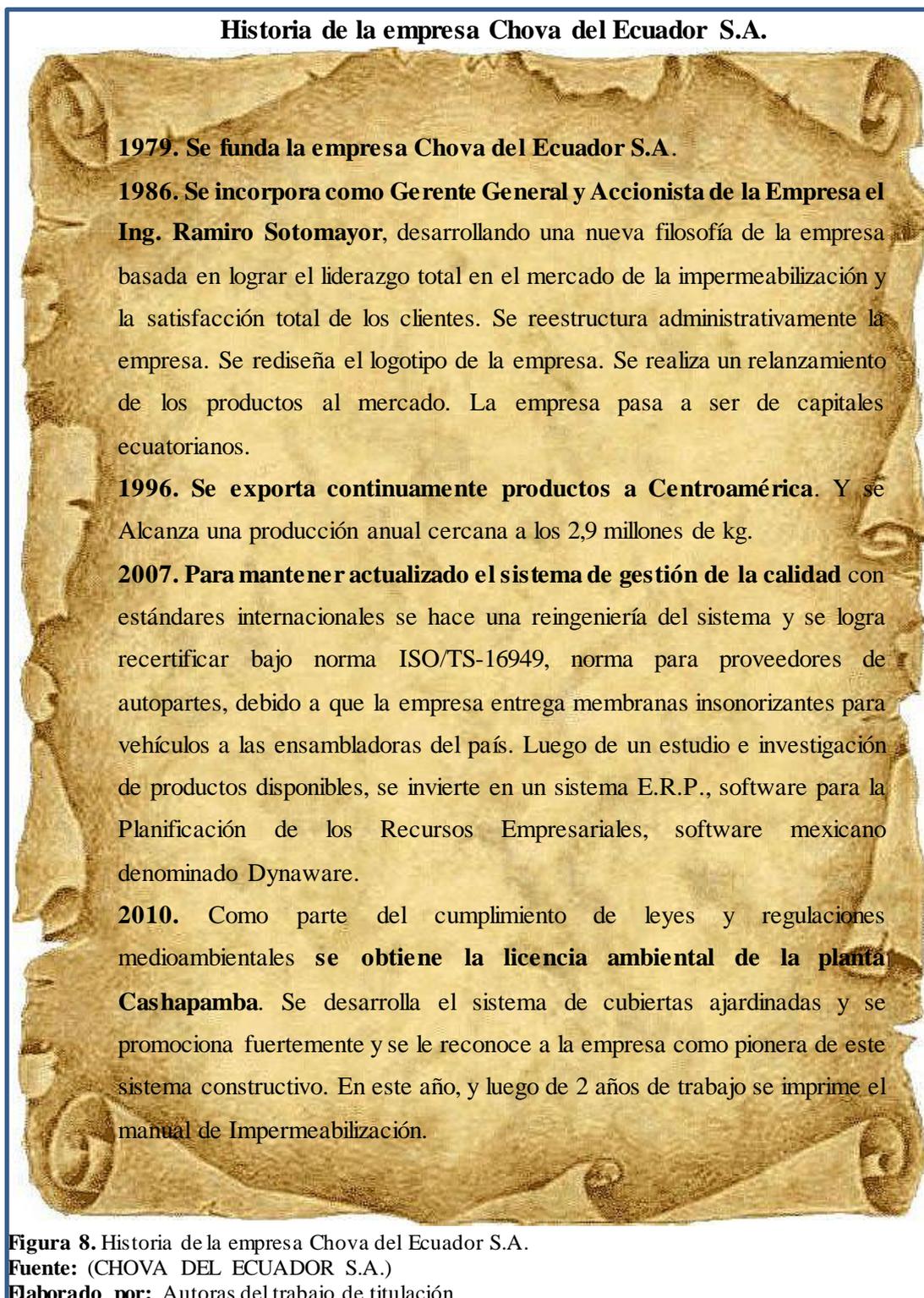
Las normas antes mencionadas reflejan principios dirigidos a los aspectos en donde las organizaciones deben poner más énfasis al momento de la implementación de nuevos sistemas como son: Derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, consumidores, proveedores, etc. Es decir abarcan todos aquellos elementos que forman parte de la organización.

Es por ello que el modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Chova del Ecuador S.A. estará sustentado en la Norma ISO 26000; pues esta norma a más de incorporar a todos los participantes que forman parte del giro de negocio de la empresa, se adapta a su cultura empresarial a través de directrices basadas en buenas prácticas sociales que permitirán la creación de nuevas políticas que determinan una organización totalmente responsable.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA CHOVA DEL ECUADOR S.A.

2.1. Antecedentes



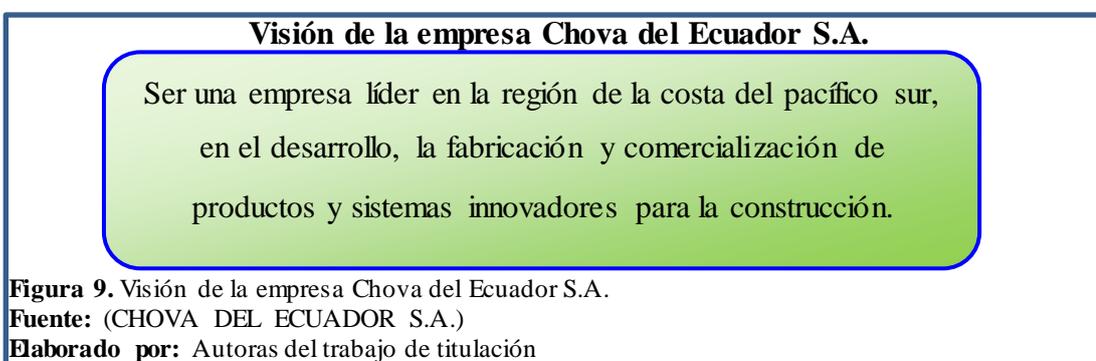
Chova del Ecuador S.A. fue constituida bajo las Leyes vigentes en el Ecuador, mediante Escritura Pública formalizada por el Doctor Rodrigo Salgado Valdez, en la Notaria Décimo Primera, el día 31 de julio de 1979.

Desde su creación la empresa se ha comprometido a fabricar productos de calidad que cumplan con estándares internacionales, lo cual le permitió convertirse en la empresa pionera de la región al existir una alta demanda de sus productos no solo en Ecuador sino también en países de la costa del pacífico, de Centro y Sur América.

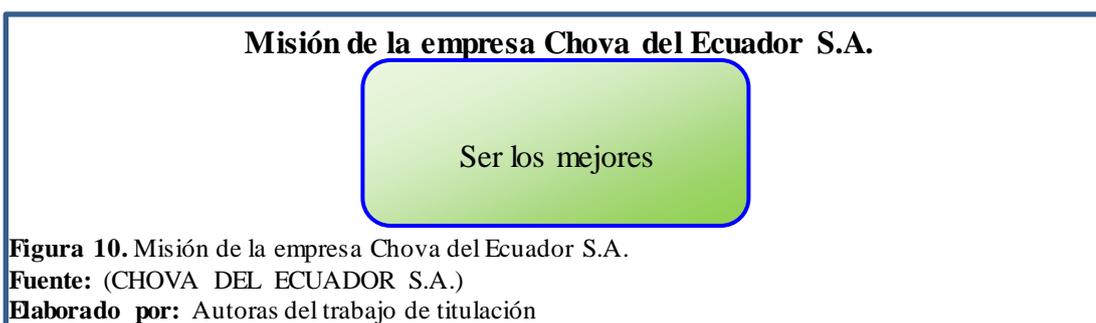
Cuenta con profesionales capacitados para la realización de cada actividad tanto en el área administrativa como operativa, puesto a que son seleccionados cuidadosamente con el fin de que sean compatibles con su cultura; además la empresa ofrece su crecimiento laboral y personal mediante la actualización constante en conocimientos.

2.2. Estructura organizacional

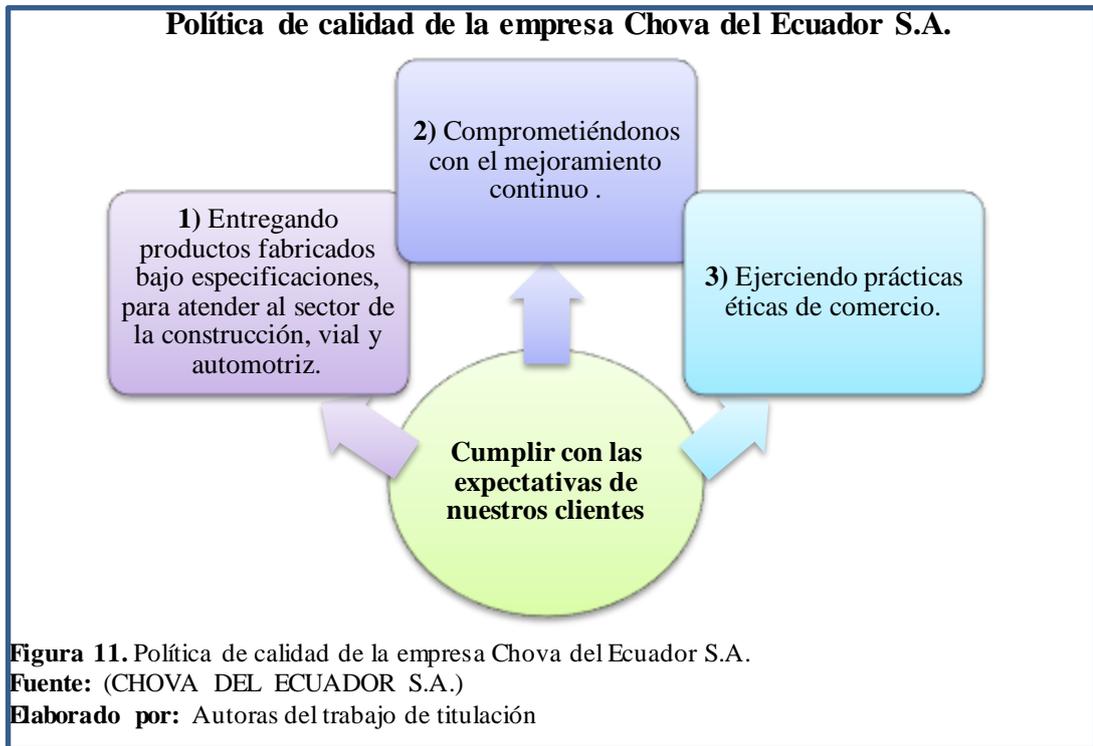
2.2.1. Visión



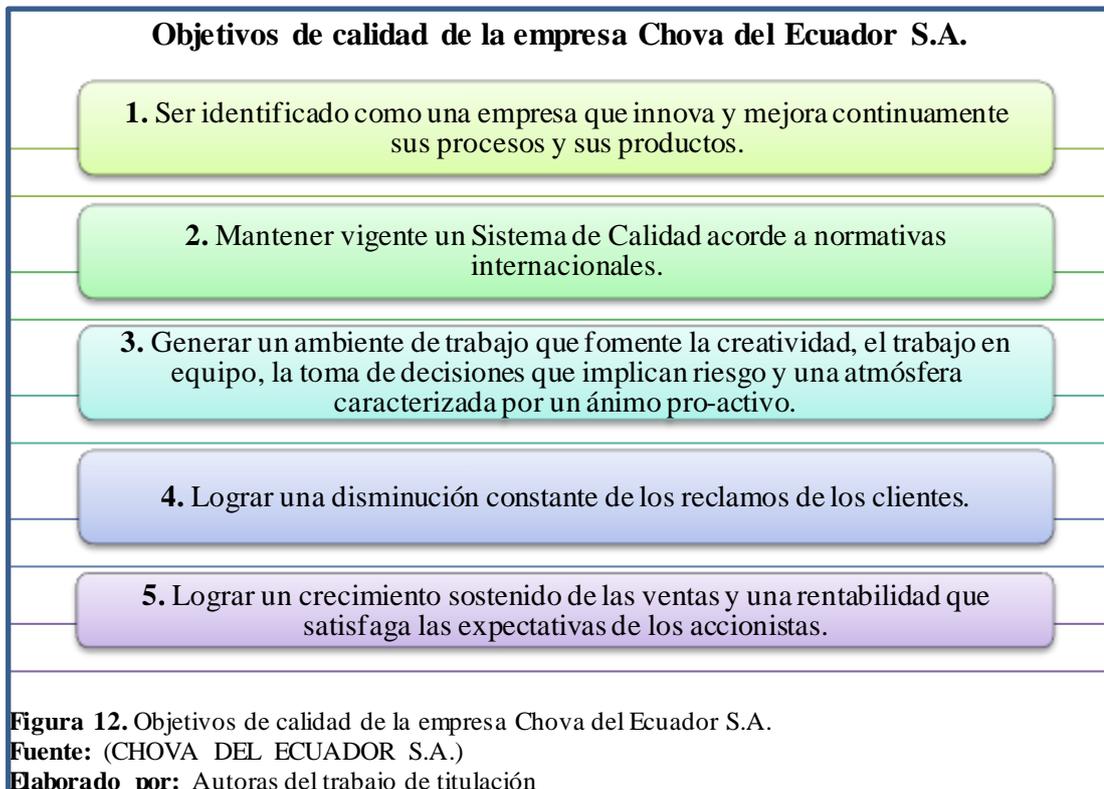
2.2.2. Misión



2.2.3. Política de calidad



2.2.4. Objetivos de calidad



2.2.5. Certificaciones

La empresa está comprometida con generar productos de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes, por ello cuentan con la Certificación ISO-9001:2008 que proporciona una serie de medidas a adoptar para generar un adecuado Sistema de Gestión de Calidad.

Este Sistema ha permitido que la empresa mejore sus procesos y reduzca los costos operativos, efectos que generan mayor eficiencia y productividad para la organización permitiéndoles liderar el mercado y establecer una diferenciación.

Además de contar con la certificación ISO-9001:2008, poseen el Sello Hace Bien; el mismo que representa la Responsabilidad Social que tiene la empresa con su entorno, es por ello que además de considerar los diez principios del Pacto Global, Chova asumió objetivos y planes de acción que abarquen las siguientes áreas:

1. Obtención de certificaciones internacionales de calidad en procesos, medio ambiente y condiciones laborales.
2. Implementación de un plan de Eficiencia Energética, para reducir los gastos por consumos de energía sin dejar de producir según lo planificado.
3. Implementar un modelo de gestión de manejo de desechos en todas las áreas, tratando de generar la menor cantidad de desechos en cada uno de nuestros procesos. Se intentará reciclar la mayor cantidad de desechos provenientes de cada proceso.
4. Ser considerados buenos vecinos en cualquier lugar donde estemos.
5. Fomentar e impulsar la educación infantil, la salud y el buen vivir de la sociedad. (CHOVA DEL ECUADOR S.A.)

Las copias de los documentos se los puede observar en los Anexos 1 y 2, referentes a la certificación ISO-9001:2008 y el sello Hace Bien.

2.3. Estrategias de Socialización

2.3.1. Análisis del Sector Industrial al que pertenece

Las empresas manufactureras han tenido que enfrentarse a una serie de avances; de tal manera que han realizado cambios en su administración, debido a la creciente globalización, a los nuevos mercados que emergen, a los avances tecnológicos y al valor que en los últimos tiempos se le ha dado a la administración del conocimiento.

La innovación y la calidad son factores importantes para triunfar en este ramo, ya que el mercado de la industria manufacturera es muy grande y variado, en el que se diferencia el producto final como espectro generador de valor y que coadyuva a mantenerse en el mercado.

Bajo estos fundamentos Chova del Ecuador S.A. trabaja en la producción y comercialización de productos asfálticos para la impermeabilización desde hace treinta y cinco años, a partir del arranque de la producción de derivados del petróleo en la Refinería de Esmeraldas a mediados de los años ochenta.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador: El sector no petrolero en el primer trimestre del 2013 y 2014 provocó un crecimiento del 4,9% del Producto Interno Bruto como consecuencia de las actividades económicas de los sectores de la construcción, manufactura y comercio. Este resultado es una muestra de la estabilidad que ha presentado la economía ecuatoriana durante los últimos seis años, presentando tasas anuales de aproximadamente un 5%, como se muestra en la figura 13 que a continuación se presenta.

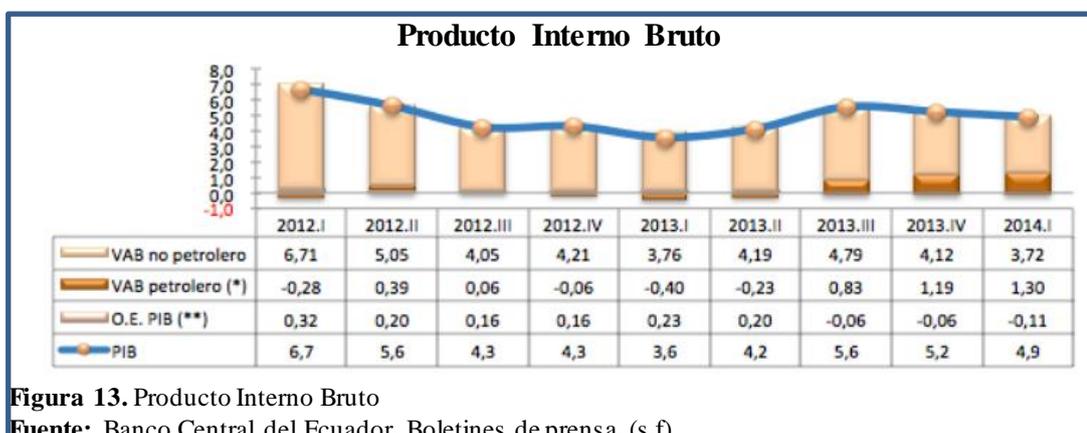


Figura 13. Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletines de prensa. (s.f)

Incentiva a un desarrollo y crecimiento industrial, al constituirse como uno de los cuatro sectores que más aportan con la economía del país; de la misma manera se convertirá en una fuente de trabajo importante.

2.3.2. Productos

Chova ofrece la fabricación y comercialización de productos asfálticos y de poliuretano para la construcción, la vialidad y demás sectores industriales. Entre estos productos podemos encontrar: Productos para Impermeabilización, Paneles Termo acústicos, Productos Viales y Sistemas de Impermeabilización.

Dentro de los **Productos de Impermeabilización** Chova cuenta con Láminas Asfálticas, Bandas Asfálticas Autoadhesivas, Productos Complementarios: Capas Separadoras y Drenantes, Imprimantes, Pegantes, Sellantes, Canales y Bajantes y Teja Asfáltica.

Los **Paneles Termo acústicos** clasificados en: Estructurales y Aislamientos.

Para **Productos Viales** ofrece Emulsiones Asfálticas, Asfaltos Modificados, Mezcla Asfáltica en frío y Accesorios.

Cuentan con **Sistemas de Impermeabilización** para pisos y entresijos, cubiertas y estructuras enterradas.

2.4. Análisis del entorno

2.4.1. Análisis del macro entorno

2.4.1.1. Entorno político

El panorama político para este año dependerá de las elecciones presidenciales o cambios de mando gubernamentales a nivel mundial, tal es el caso de Estados Unidos, Europa, Asia, Medio Oriente, África y algunos países de América Latina.

En general los cambios que se presenten por las nuevas administraciones determinarán los aspectos legales por los que los individuos y las organizaciones deberán regirse entre ellos se puede nombrar la Legislación antimonopolio, Leyes de protección del medioambiente, Políticas impositivas, Regulación del comercio exterior, Estabilidad gubernamental.

Legislación Antimonopolio: La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), entró en vigor el 13 de Octubre del 2011. Su finalidad es erradicar las prácticas de comercio anticompetitivas, provocadas por negocios irregulares; de tal modo que las oportunidades en el mercado sean equitativas.

A su vez promueve el compromiso por parte de las empresas a una Gestión Proactiva, evitando riesgos financieros, económicos y comerciales; mediante la administración estratégica de sus áreas, la capacitación a su personal, buenas relaciones con sus participantes y el cumplimiento de la legislación vigente.

Por lo tanto la obligación de las autoridades de cada organización es conocer normas, reglamentos, leyes o decretos emitidos por entes gubernamentales ya que estos son los que determinan los puntos a seguir para que puedan ejercer su actividad empresarial.

Este aspecto representa una oportunidad de alto impacto, pues asegura una competencia justa en la que el crecimiento en el mercado dependa de la calidad y seguridad que representen los productos para sus consumidores. Es importante resaltar que gracias a esta Ley los pequeños productores pueden ofertar productos similares con las mismas ventajas y que las empresas funcionaran de acuerdo a las normas o reglamentos dispuestos para su giro de negocio.

Leyes de protección del medioambiente: La ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante a la protección del medio ambiente, la preservación del equilibrio ecológico es una misión que involucra a todos; este factor representa una oportunidad de alto impacto para las organizaciones ya que les

permite obtener certificaciones e impulsando un constante desarrollo sostenible y que sean conocidas como empresas socialmente responsables.

Políticas Impositivas: Los impuestos son una clase de tributos regidos por el derecho público, en Ecuador la estructura impositiva ha generado cambios.

Desde que nuestro país retomó el régimen democrático se han registrado 51 reformas tributarias, las cuales han estado caracterizadas por la creación de nuevos impuestos, esto representa una amenaza dentro de las organizaciones con un impacto medio ya que algunas pueden usar para conseguir ventajas competitivas y otras pueden encontrar mayores dificultades para mantener su actual nivel de ingresos fiscales.

Estabilidad Gubernamental: En los últimos siete años el Ecuador ha sido gobernado por el Economista Rafael Correa, quien ha conseguido perdurar más tiempo de lo que sus antecesores lo hicieron. Tal es el caso del ex presidente Abdalá Bucaram, Rosalía Arteaga, Fabián Alarcón, Jamil Mahuad, Gustavo Noboa, Lucio Gutiérrez y Alfredo Palacio; los mismos que por razones particulares no pudieron culminar con su tiempo.

Tomando en cuenta esta perspectiva al contar por más de cuatro años con una misma ideología política el país ha conseguido estabilizarse económicamente y contar con nuevas oportunidades de crecimiento; sin embargo no todos los cambios establecidos por el actual presidente en su administración representan beneficios.

A este factor se lo determinaría como una Oportunidad de medio impacto, ya que el panorama político es incierto y de cierta forma se depende de las decisiones gubernamentales.

A continuación en la tabla 25 se resumen los factores mencionados en el escenario político, respectivamente identificados como Oportunidades o Amenazas.

Tabla 25. Cuadro de Resumen Escenario Político

No.	VARIABLE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Legislación Antimonopolio	x		x		
2	Leyes de protección del medio ambiente	x		x		
3	Políticas impositivas		x		x	
4	Estabilidad gubernamental		x		x	

Notas: Calificación del nivel de impacto del escenario político.

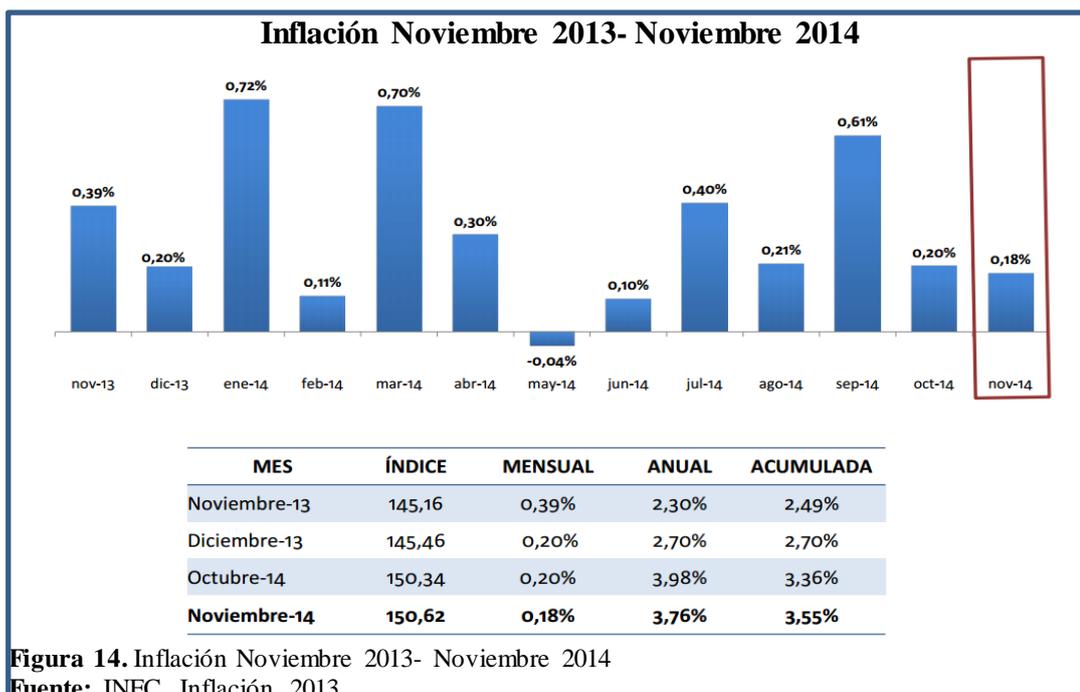
2.4.1.2. Entorno económico

A pesar de los desafíos que la economía mundial ha experimentado en los últimos años; el entorno que se pronostica para este año es alentador, pues la Zona Euro probablemente saldrá de una recesión a una recuperación, Estados Unidos crecerá económicamente frente a la baja que pasó y China se fortalecerá por medio de la inversión. Al mantener un equilibrio en las grandes economías los países que dependen de éstas tendrán oportunidades de crecimiento, por lo tanto desarrollo.

Este pronóstico dependerá de las decisiones gubernamentales adoptadas independientemente por dichos países, adecuadas políticas monetarias, control en el mercado laboral y disminución en las restricciones fiscales.

Inflación: La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor a partir de una canasta de bienes y servicios.

Como se puede observar en la tabla de la figura 14, las variaciones presentan una tendencia al alza; esto se debe a un aumento año tras año de los bienes y servicios que forman parte de la canasta básica. Ecuador cierra con una inflación 3.67% para el año 2014, lo que representa una amenaza de medio impacto.

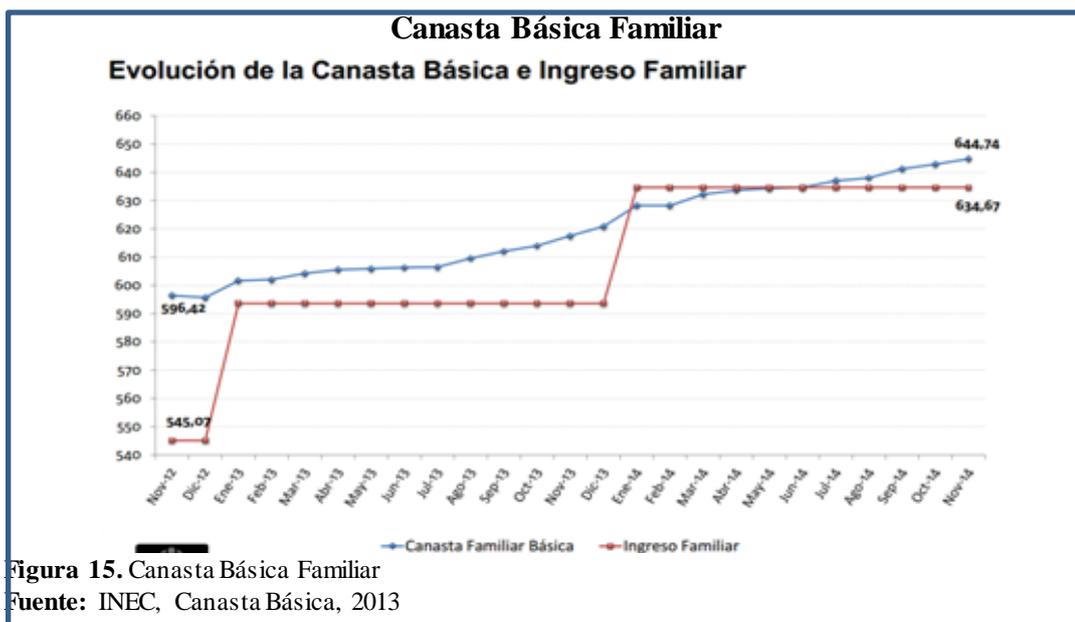


Canasta Básica: Se distinguen dos tipos de canastas: la básica familiar en la que se incluyen 75 productos, y la vital que contiene 73 productos.

El ingreso mínimo que se considera en enero de 2014 es de 634,67 dólares en una familia constituida por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos de una remuneración básica unificada; desde enero 2014 se incorporó el aumento salarial decretado por el Gobierno.

La canasta básica familiar en enero costó 628,27 dólares, lo cual implica un superávit de 6,40 dólares respecto al ingreso familiar promedio. El costo de la canasta básica aumentó en un 1,19% en referencia al mes anterior; por lo tanto representa una amenaza de medio impacto.

En la figura 15, que a continuación se presenta. Se puede observar la evolución de la canasta básica noviembre 2012-noviembre 2014.



Producto Interno Bruto: El crecimiento del PIB ha sido positivo para la economía del país, específicamente el aporte que ha generado el sector manufacturero representando una oportunidad de alto impacto para este tipo de organizaciones. Su desarrollo y crecimiento dependerá de las estrategias de permanencia en el mercado, el respeto por las legislaciones vigentes y el apoyo del gobierno por estos sectores industriales.

Como se observa en la figura 16, las variaciones han fluctuado entre el 5% anual aproximadamente.

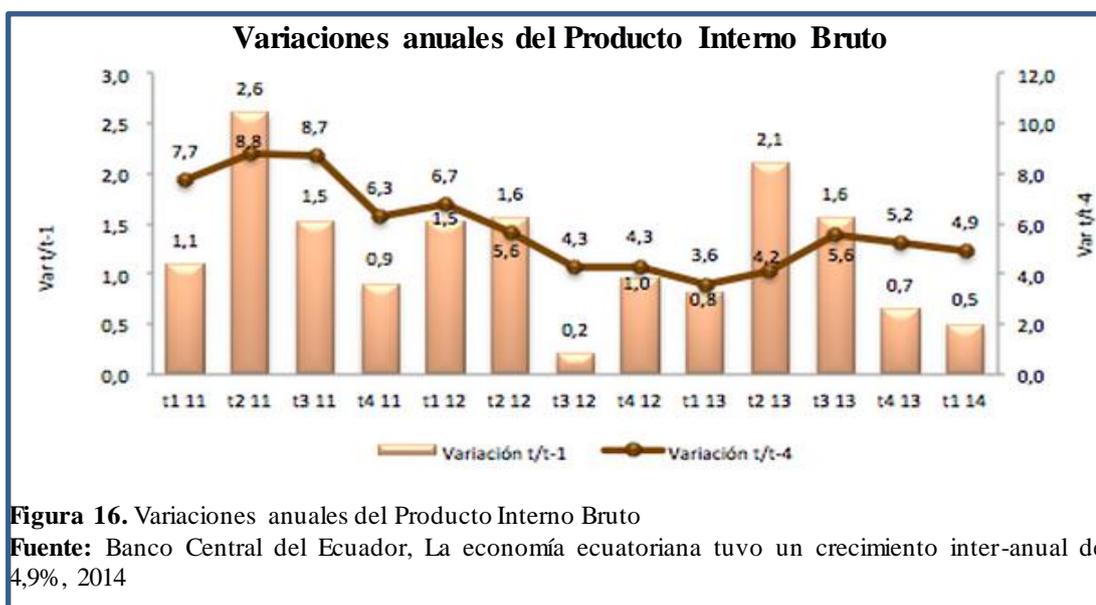


Tabla 26. Cuadro de Resumen Escenario Económico

No.	VARIABLE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Inflación		X		X	
2	Canasta Básica		X		X	
3	PIB	X		X		

Notas: Calificación del nivel de impacto del escenario económico.

2.4.1.3. Entorno socio cultural

La sociedad actual se enfrenta a un continuo cambio de tendencias y costumbres, debido al desarrollo tecnológico y cultural que el mundo atraviesa. Estos cambios han afectado sus gustos y preferencias, con ello se han destruido viejos paradigmas que guiaban al mundo. Es así como independientemente del nivel social, laboral, económico e incluso educativo las personas en general gozan de los mismos privilegios.

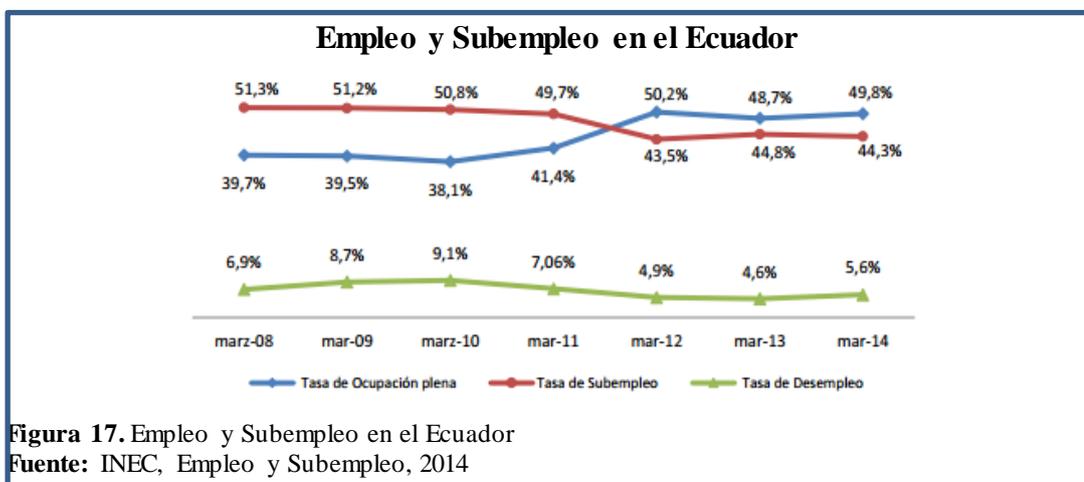
El consumismo ha sido una de las características más emblemáticas que describen a la nueva sociedad; sin embargo a pesar del amplio concepto que este involucra el nivel de exigencia por consumir productos de calidad a precios adecuados es un factor determinante al momento de la compra.

Empleo y desempleo: La fuerza de trabajo se puede dividir en individuos ocupados y desocupados; el Ecuador en los últimos años ha logrado que estos factores logren mantener una estabilidad es decir creando mejoras dentro de la población.

La tasa de ocupación se ubicó en 49,8% y en el mismo periodo del año anterior fue de 48,7%; mientras que la tasa de subempleo fue de 44,3% frente al 44,8% en 2013, y la tasa de desempleo (TD) para este trimestre fue de 5,6%, y para el mismo periodo del año anterior fue de 4,6%, como se observa en la figura 17 a continuación.

Las variaciones en la tasa de ocupación plena y subempleo no son estadísticamente significativas, pero el incremento de 0,96% en el desempleo es estadísticamente significativo a un nivel de confianza del 95% lo que representa un incremento en la

población económicamente activa y un descenso de la desocupación siendo esto una oportunidad de alto nivel.



Migración: Como se puede observar en la figura 18, los rubros de salidas de personas ha incrementado significativamente durante los últimos seis años; a pesar de que las remesas por la migración constituye una de las actividades económicas más significativas para el país, desde el punto de vista social es la causa de varios problemas psicológicos y afectivos, especialmente para niños y adolescentes. Incluso en muchos casos es la causa de la desestructuración familiar.

Entrada y Salida de Ecuatorianos (Periodo 2008-2013)

Años	Ecuatorianos	
	Entradas	Salidas
2008	767.469	817.981
2009	820.292	813.637
2010	893.408	898.885
2011	1.027.543	1.022.451
2012	1.025.310	1.022.205
2013	1.143.116	1.137.875

Figura 18. Entrada y Salida de Ecuatorianos (Periodo 2008-2013)
Fuente: INEC, Migración 2013

Desde esta perspectiva representa una amenaza de alto impacto, pues acarrea problemas sociales como delincuencia, drogadicción, mendicidad, abusos físicos, psicológicos y sexuales.

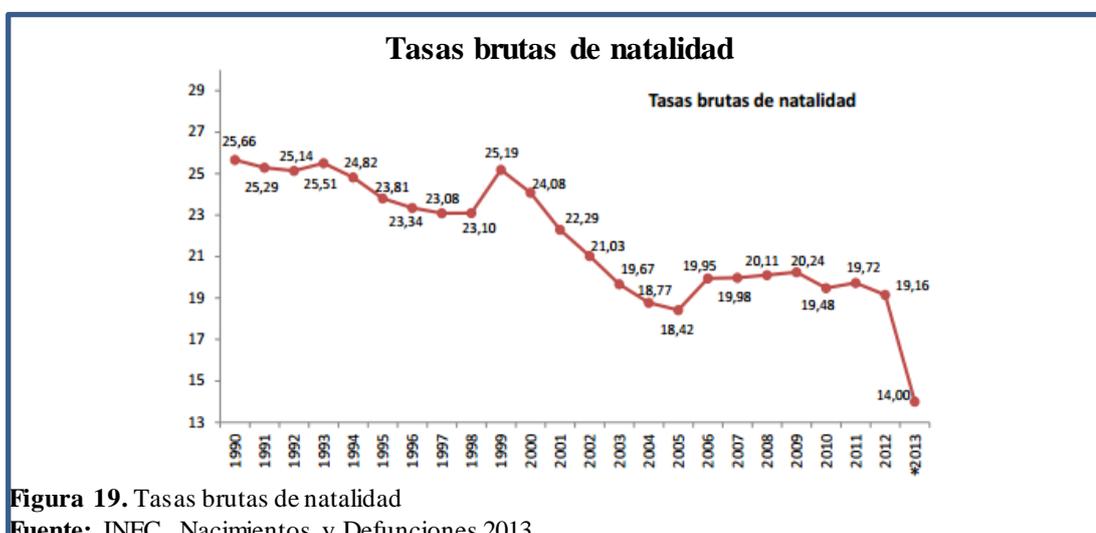
Educación: Es el factor que mayor atención ha generado por parte del gobierno, por lo tanto se ha estructurado una serie de cambios en pro a mejorar la educación.

Actualmente, la Educación Inicial o Preescolar destinada para niños menores de cinco años, pretende fomentar destrezas o capacidades que generen ventajas educativas a futuro; esto se complementará con la Educación General Básica que va desde los 5 a los 14 años, el Bachillerato General Unificado que comprende de los 15 a 18 años hasta culminar con la Educación Profesional o Universitaria. Representa una oportunidad de alto impacto.

Salud: Es uno de los sectores más importantes dentro de la estabilidad de la población gracias a la política estable que ha tenido el país, en el 2014 se incrementó un 20.09 % en la salud.

En el transcurso de los últimos años se observa un mejoramiento en el sector de la salud de la población ecuatoriana; sin embargo, se registran todavía tasas elevadas de mortalidad neonatal, infantil, niñez, materna y general, así como, deficiencias en infraestructura, equipamiento, recursos humanos y limitaciones presupuestarias, representa una oportunidad media.

Como se observa en las figuras 19 a 20, las variaciones que se han presentado en los años 1990-2013 en las tasas de natalidad y mortalidad, son significativas.



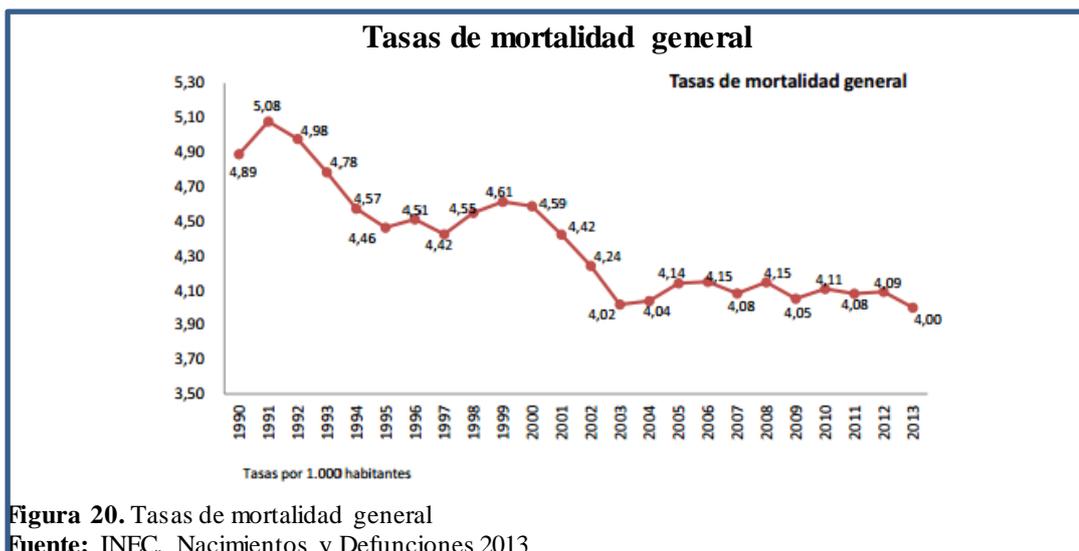


Tabla 27. Cuadro de Resumen Escenario Socio Cultural

No.	VARIABLE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Empleo y Desempleo	x		x		
2	Migración		x			x
3	Educación	x		x		
4	Salud	x			x	

Notas: Calificación del nivel de impacto del escenario socio cultural.

2.4.1.4. Entorno tecnológico

Los avances tecnológicos que se observan en la actualidad han generado ventajas competitivas en las organizaciones; brindándoles un sin número de oportunidades de producción, en muchos casos mejorando los tiempos de procesos, disminuyendo la mano de obra y facilitando la ejecución de actividades.

A pesar de que muchas organizaciones cuentan con los mejores estándares tecnológicos, estas se ven obligadas a estar en constante actualización; sin embargo esto representa una alta inversión que no todas están dispuestas a cubrir.

En la tabla 28, se detallan los factores tecnológicos que se toman en cuenta para este análisis, identificado como Oportunidades o Amenazas respectivamente.

Tabla 28. Cuadro de Resumen Escenario Tecnológico

No.	VARIABLE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Preocupación gubernamental y de industria por la tecnología	x		x		
2	Grado de obsolescencia		x		x	
3	Desarrollo de nuevos productos	x		x		
4	Velocidad de transmisión tecnológica	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto del escenario tecnológico.

2.4.1.5. Entorno ambiental

El aspecto ambiental es de vital importancia a nivel mundial, la concientización del uso adecuado de los recursos y el control sobre las actividades empresariales reducirán el nivel de impacto que causa una empresa a su medio.

Estas son responsables por los impactos medioambientales desde la extracción de materias primas, la utilización excesiva de energía para sus procesos productivos y la generación de residuos. Para ello varias Organizaciones Internacionales han propuesto lineamientos que garanticen un compromiso ambiental, a través de normas, declaraciones y pactos; sin embargo su aplicación es voluntaria.

En la tabla 29, se detallan los factores que intervienen en el escenario ambiental, de acuerdo al giro de negocio de la empresa Chova del Ecuador S.A., calificados como Oportunidades o Amenazas respectivamente.

Tabla 29. Cuadro de Resumen Escenario Ambiental

No.	VARIABLE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Escasez de materias primas		x	x		
2	Incremento en los costes de energía		x		x	
3	Incremento en los niveles de contaminación		x	x		
4	Intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales		x	x		

Notas: Calificación del nivel de impacto del escenario ambiental

2.4.2. Análisis del micro entorno

2.4.2.1. Capacidad administrativa

Esta capacidad es aquella que brinda apoyo técnico y recursos a las demás áreas, en aspectos administrativos es el área donde se toman las decisiones a través de procesos administrativos de forma organizada, en la que involucra a cada una de las actividades que la empresa realiza, lo cual permite mantener un control de todos sus bienes compromisos y obligaciones que tiene para que se lleve a cabo su funcionamiento.

El departamento de Administración de CHOVA se encarga de organizar, motivar el personal y tomar decisiones conjuntamente con la alta gerencia; mantienen una filosofía de trabajo en equipo, representa una fortaleza de alto nivel.

En el cuadro 30 que se presenta a continuación se identifica sus principales variables, cada una calificada como fortalezas o debilidades.

Tabla 30. Cuadro de Resumen Capacidad Administrativa

No.	VARIABLE	FORTALEZA	DEBILIDAD	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Toma de decisiones	x		x		
2	Manejo de adecuado de todas las áreas	x		x		
3	Trabajo en Equipo	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto de la capacidad administrativa.

2.4.2.2. Capacidad financiera

Esta capacidad es la encargada de proporcionar información financiera de la empresa, su rendimiento monetario tanto de los recursos, departamentos y todas aquellas actividades que lo integran; es decir aquí se lleva a cabo la parte contable mediante un registro de todos y cada uno de los movimientos que realiza, permitiendo mantener un control constante para que se pueda evitar pérdidas y costos innecesarios, para que a través de esto la gerencia pueda tomar decisiones acertadas.

La empresa cuenta con proyectos de factibilidad para cada uno de los productos que ofrece al mercado, los últimos años la empresa arroja valores positivos en sus estados lo que refleja el buen manejo y toma de decisiones en cada movimiento contable, cuenta con grandes inversionistas y capitales los que le permiten generar y desarrollarse como una de las empresas líderes, así mismo lleva a cabo estudios de rentabilidad de la empresa y maximización de las ganancias. Es una fortaleza de alto nivel.

A continuación en la tabla 31, se califica las variables significativas de esta capacidad como fortalezas o debilidades.

Tabla 31. Cuadro de Resumen Capacidad Financiera

No.	VARIABLE	FORTALEZA	DEBILIDAD	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Estudios de factibilidad	x		x		
2	Planificación y control de los recursos financieros	x		x		
3	Elaboración de proyecciones de ingresos y gastos	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto de la capacidad financiera.

2.4.2.3. Capacidad de mercadeo

Esta capacidad hace referencia a todas aquellas actividades a través de las cuales el producto llega al consumidor. Es aquella que contribuye en forma directa con la empresa ya que permite mantener un control mediante la elaboración de estrategias y planes de mercadotecnia, todo esto orientada a analizar y comprender el mercado en donde se mueve la empresa.

Esta área trabaja conjuntamente con el área de ventas, desarrollo de productos, distribución, publicidad y promoción. Lo que se quiere lograr es cubrir todos aquellos aspectos enfocados sobre todo en la efectividad del grupo de ventas.

CHOVA cuenta con el área de ventas, desarrollo de productos, distribución, publicidad y promoción. Lo que se quiere lograr es cubrir todos aquellos aspectos enfocados sobre todo en la efectividad del grupo de ventas.

La empresa está respaldada con un proyecto de futuro para liderar y seguir permaneciendo en la élite de las empresas del sector de la Construcción, con un modelo muy concreto de crecimiento: Crecer aportando valor añadido y diferenciando claramente los procesos e iniciativas empresariales llevadas a cabo por la empresa, teniendo siempre en cuenta, la Calidad del producto, el Desarrollo Tecnológico y la creación de Nuevos Productos.

La creación de nuevos productos ha logrado que la empresa se vaya posicionando en el mercado como un ente fuerte ante la competencia y sobre todo sigue atrayendo nuevos capitales que le permiten seguir evolucionando, es una fortaleza de alto nivel.

En la tabla 32, se puede apreciar las variables tomadas en cuenta para el análisis de la capacidad de mercadeo.

Tabla 32. Cuadro de Resumen Capacidad de Mercadeo

No.	VARIABLE	FORTALEZA	DEBILIDAD	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Posicionamiento en el mercado	x		x		
2	Participación en el mercado	x			x	
3	Ventas	x		x		
4	Publicidad	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto de la capacidad de mercadeo.

2.4.2.4. Capacidad de producción

En esta capacidad su función principal es la transformación de insumos a recursos, busca un incremento de la eficacia con una reducción en los costos y mejora continua de la productividad, permite tomar decisiones ya que se considera el corazón de la empresa, para esta capacidad la empresa cuenta con una infraestructura y maquinaria adecuada para su producción, aplicando técnicas de estudio del tiempo de movimientos.

Es el encargado de solicitar y controlar el material, realizar inspecciones, se distribuye el control de trabajo su objetivo principal es la elaboración de un producto de calidad a menor costo.

Todos los medios y sistemas productivos empleados por CHOVA están orientados a satisfacer todas las demandas de sus clientes, siendo la calidad, la innovación y la creatividad elementos esenciales en los pilares de la compañía. Anualmente, la empresa dedica importantes recursos a la consecución de dichos objetivos que la han llevado a ser pionera en muchos ámbitos.

CHOVA de Ecuador procesa diariamente 45 toneladas entre sus varios productos, cuenta con equipo e instrumentación necesaria para el desarrollo de la producción ensayos de laboratorio, pruebas de materias primas e investigación de nuevas aplicaciones. Es una fortaleza de alto nivel.

En el cuadro 33, se detalla las variables que forman parte de esta capacidad, identificadas respectivamente como fortalezas o debilidades.

Tabla 33. Cuadro de Resumen Capacidad de Producción

No.	VARIABLE	FORTALEZA	DEBILIDAD	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Nivel de producción	x		x		
2	Tipo de Infraestructura	x		x		
3	Maquinaria especializada	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto de la capacidad de producción.

2.4.2.5. Capacidad de talento humano

Esta capacidad es la encargada de seleccionar el personal que la empresa requiere para cada una de sus actividades, aquí se va controlando el perfil, nivel académico y sobre todo la aptitud de los trabajadores.

Talento humano es el eje principal dentro de la organización por lo que para mantener un mayor compromiso y esfuerzo se genera en la empresa un proceso de gestión en los que se crea mecanismos de integración en los que se dan el mismo grado de importancia a cada uno de los trabajadores dentro de la organización el reconocimiento de méritos, la oportunidad de crecimiento profesional les ha permitido disponer de una fuerza laboral eficiente y eficaz que permitan satisfacer los logros y aspiraciones.

El departamento de RRHH de CHOVA del Ecuador cuenta con funciones de reclutamiento, selección, inducción, integración, asignación de funciones: determinación de salarios, incentivos y premios, actividades recreativas y sobre todo vela por la protección y seguridad de los trabajadores. La empresa brinda oportunidades de crecimiento a todos y cada uno de sus trabajadores. Es una fortaleza de alto nivel.

Como se puede observar en la tabla 34, se especifica las variables que intervienen en esta capacidad con sus respectivas calificaciones.

Tabla 34. Cuadro de Resumen Capacidad de Talento Humano

No.	VARIABLE	FORTALEZA	DEBILIDAD	NIVEL DE IMPACTO		
				ALTO	MEDIO	BAJO
1	Motivación a los empleados	x		x		
2	Atracción de candidatos y selección.	x		x		
3	Capacitación y oportunidades de crecimiento laboral.	x		x		

Notas: Calificación del nivel de impacto de la capacidad de talento humano.

2.4.3. Cinco fuerzas de Porter

2.4.3.1. Clientes

La empresa Chova del Ecuador S.A., trabaja directamente con distribuidores ubicados en las diferentes provincias del país, sus ventas no se las realiza fabricante-consumidor final.

El perfil que cumplen sus clientes se caracteriza por el compromiso con la fabricación de productos de calidad y el respeto al medio ambiente. En tal sentido son pacientes, expresan sus expectativas, conducen sus negocios de forma honesta y transparente y establecen relaciones a largo plazo.

El tipo de negociación es colaborativa o de integración, en la que su fin es ganar-ganar; por lo tanto las dos partes colaboran para lograr un resultado satisfactorio, gozando de los mismos beneficios; siendo para Chova su meta contar con clientes

satisfechos, se compromete a dar lo mejor en cuanto se refiere a productos, calidad, servicio y precio.

Ver Anexo 3, donde se detallan los principales distribuidores de la empresa Chova del Ecuador S.A.; ubicados por provincias.

2.4.3.2. Proveedores

La empresa cuenta en su mayoría con proveedores internacionales y un proveedor nacional: Petroecuador.

Petroecuador: Es una empresa estatal, dedicada a la explotación de hidrocarburos.

Petroecuador cuenta con tres filiales, Petroproducción, Petroindustrial y Petrocomercial, encargadas: de la exploración y explotación, industrialización, transporte y comercialización de hidrocarburos, respectivamente.

2.4.3.3. Competencia

En la actualidad la capacidad de subsistir en el mercado, depende de las estrategias empresariales y sobretodo las ventajas competitivas con las que cuente una Organización.

Ya no basta con entregar productos que satisfagan las necesidades de sus consumidores; pues éstos han incrementado sus exigencias en cuanto a calidad, servicio y precio de los productos. Estas características determinan el nivel de participación de las empresas en el mercado mediante la habilidad que tengan las empresas por cumplir con sus expectativas.

Es así que para Chova del Ecuador, pensar en la competencia no resulta agobiante; pues cuenta con un sistema de Gestión de calidad, como estrategia empresarial. En el que todas las áreas trabajan por cumplir con los más altos estándares de calidad en

sus productos y servicios, marcando una diferencia significativa con sus principales competidores.

A continuación se detalla sus principales competidores:

Aditec Ecuatoriana Cía. Ltda.: Es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de aditivos químicos para la construcción, especialmente hormigón.

Entre sus principales productos se encuentran: Impermeabilizantes, revestimientos impermeables, selladores de juntas, aditivos para hormigón, aditivos para cemento y mortero, productos para unir y reparar hormigón, productos para tratamiento de superficies, productos para protección de pisos y anclajes.

Su oficina matriz está ubicada en Quito: Tadeo Benítez OE-1-942 y Vicente Duque, cuenta con dos sucursales Guayaquil: Av. Juan Tanca Marengo Km 6,5 y Cuenca: Huaynacapac, Francisco Estrella 2-1 y Manuel Malo.

Eternit Ecuatoriana S.A.: Es una empresa cuya actividad económica está basada en la fabricación de productos de cemento reforzado con fibras minerales.

Ofrece una variedad de productos para la construcción desde pinturas colorcel, tanques plásticos, cubiertas traslúcidas, cubiertas de fibrocemento, sistema constructivo en seco, cielos rasos.

Sika Ecuatoriana S.A.: Dedicada a la comercialización de productos químicos para la construcción e industria; mediante el desarrollo de nuevas tecnologías para impermeabilizar, sellar, pegar y proteger. Es una filial del grupo Sika, fundada en 1986.

La empresa presta sus servicios a los mercados de concreto, impermeabilización de estructuras, reparación de concreto, pisos industriales, impermeabilización de techos y cubiertas, sellado y pegado e industria.

Ultraflex Prodimexito, S.A.: Se especializa en la fabricación y comercialización de cubiertas plásticas en policarbonato para techos translucidos y transparentes, esta empresa ofrece productos complementarios para techado metálico.

Metalquality Ecuador S.A.: Dedicada a la fabricación y comercialización de canales y bajantes metálicos de agua lluvia.

Entre los productos que la empresa ofrece al mercado se encuentran: canal residencial, canal semi-industrial, canal industrial, bajante rectangular, accesorios de PVC.

2.4.3.4. Productos sustitutos

El sector de la construcción ha evolucionado de acuerdo a las necesidades que se han presentado en los diferentes mercados para los que éste elabora sus productos; la diferencia entre calidad y precio de las diversas marcas, es la que determina la preferencia al uso y consumo por parte del consumidor.

En todo caso la creación de productos similares, es una opción utilizada por muchas empresas; sin embargo es importante tomar en cuenta que la calidad del producto será menor, los productos sustitutos surgen como una forma de satisfacer las necesidades de los consumidores por un menor costo.

Entre este tipo de productos se puede mencionar:

- Revestimientos plásticos.
- Adhesivos de cerámica y porcelanato.
- Empastes.

2.4.3.5. Rivalidad entre competidores

El panorama para el sector de la construcción es alentador, según las estadísticas del Banco Central, en el último trimestre del año 2014 se ha obtenido resultados al alza en el Producto Interno Bruto del país; especialmente se observó un crecimiento para la economía no petrolera, representada por el sector de la construcción con un 90%.

Es considerado un dato importante, puesto que por la gran cantidad de demandantes que existirán; las oportunidades de crecimiento serán proporcionales para las empresas que ofertan sus productos a este tipo de mercado.

Sin embargo, la capacidad de producción, la calidad del producto y servicio, el precio y la variedad de opciones que una empresa oferte serán los determinantes que le permitirán mantenerse estable frente a su competencia.

Desde esa perspectiva Chova del Ecuador S.A. no se ve afectada por su competencia a pesar de que se enfrenta en muchas ocasiones con precios más bajos, ya que cuenta con un sistema de gestión de calidad óptimo que brinda características diferenciadoras a sus productos finales.

2.5. Análisis FODA

2.5.1. Matriz FODA

Tabla 35. Fortalezas de la empresa Chova del Ecuador S.A.

FORTALEZAS	
F1	Excelente solvencia financiera
F2	Respaldo de marcas reconocidas por su calidad
F3	Experiencia y conocimiento del mercado
F4	Excelente relación con los clientes
F5	Buenas estrategias de mercado que permiten aprovechar las fallas de la competencia

Notas: Principales fortalezas identificadas en el análisis situacional.

Tabla 36. Oportunidades

OPORTUNIDADES	
O1	Evolución del mercado
O2	Grandes eventos e influencias
O3	Desarrollo Tecnológico
O4	Acceso Tecnológico

Notas: Principales oportunidades identificadas en el análisis situacional.

Tabla 37. Debilidades de la empresa Chova del Ecuador S.A.

DEBILIDADES	
D1	No existe un programa de Responsabilidad Social Empresarial
D2	Falta de capacitación técnica y administrativa en el personal
D3	Ausencia de personal de desarrollo
D4	Deficiencia en los canales de comunicación

Notas: Se afirmó que la empresa había tenido problemas con la Comunidad aledaña por el manejo inadecuado de sus desechos y emisiones tóxicas al aire; sin embargo esta información no pudo ser verificada, por lo tanto no se le considera como una debilidad.

Tabla 38. Amenazas

AMENAZAS	
A1	Ubicación geográfica
A2	Precios del petróleo
A3	Inflación
A4	Impuestos
A5	Nivel de desarrollo del país
A6	Ingreso de nuevos productos y servicios

Notas: Principales amenazas identificadas en el análisis situacional.

2.5.2. Matriz de evaluación interna (EFI)

Tabla 39. Matriz de Evaluación Interna EFI

Matriz de Evaluación Interna (EFI)				
No.	FORTALEZAS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	RESULTADO
F1	Excelente solvencia financiera	0,17	4	0,68
F2	Respaldo de marcas reconocidas por su calidad	0,10	3	0,30
F3	Experiencia y conocimiento del mercado automotriz	0,13	4	0,52
F4	Excelente relación con los clientes	0,12	4	0,48
F5	Buenas estrategias de mercado que permiten aprovechar las fallas de la competencia	0,07	3	0,21
No.	DEBILIDADES			
D1	No existe un programa de Responsabilidad Social Empresarial	0,12	2	0,24
D2	Falta de capacitación técnica y administrativa en el personal	0,06	1	0,06
D3	Ausencia de personal de desarrollo	0,17	1	0,17
D4	Falta de comunicación con el personal	0,06	2	0,12
TOTAL EVALUACIÓN AMBIENTE INTERNO		1,00		2,78

Fortaleza mayor	4
Fortaleza menor	3
Debilidad menor	2
Debilidad mayor	1

Notas: Calificaciones ponderadas de las fortalezas y debilidades de la empresa Chova del Ecuador S.A.

2.5.3. Matriz de evaluación externa (EFE)

Tabla 40. Matriz de Evaluación Externa EFE

Matriz de Evaluación Externa (EFE)				
No.	OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	RESULTADO
O1	Evolución del mercado	0,10	3	0,30
O2	Grandes eventos e influencias	0,12	4	0,48
O3	Desarrollo Tecnológico	0,07	3	0,21
O4	Acceso Tecnológico	0,20	3	0,60
No.	AMENAZAS			
A1	Ubicación geográfica	0,05	3	0,15
A2	Precios del petróleo	0,11	3	0,33
A3	Inflación	0,07	3	0,21
A4	Impuestos	0,05	4	0,20
A5	Nivel de desarrollo del país	0,20	1	0,20
A6	Ingreso de nuevos productos y servicios	0,03	4	0,12
TOTAL EVALUACIÓN AMBIENTE EXTERNO		1,00		2,80

Superior	4
Superior media	3
Media	2
Baja	1

Notas: Calificaciones ponderadas de las fortalezas y debilidades de la empresa Chova del Ecuador S.A.

2.6. Investigación de campo

2.6.1. Diseño de la investigación

2.6.1.1. Investigación transversal

Los estudios transversales son diseños observacionales de base individual que suelen tener un doble componente descriptivo y analítico. Cuando predomina el primer componente se habla de estudios transversales descriptivos o de prevalencia, cuya finalidad es el estudio de la frecuencia; el objetivo de este diseño es medir una o más características en un momento dado de tiempo.

Esta investigación se utiliza cuando se analiza los datos obtenidos de un grupo, sus instrumentos principales son las encuestas y los censos. Se realiza este tipo de investigación debido a que se aplicara la encuesta como un instrumento de recolección de datos de los grupos hacer analizados.

2.6.1.2. Alcance de la investigación

2.6.1.2.1. Alcance externo

Clientes:

Elemento de Muestreo: Distribuidores nacionales de los productos Chova del Ecuador S.A.

Unidad de muestreo: Lista de sus principales distribuidores organizada por provincias.

Tiempo: Desde el Jueves 05 hasta el Viernes 06 de Febrero del 2015.

Comunidad Cashapamba:

Elemento de Muestreo: Personas residentes en el barrio Cashapamba, comprendidos entre 15 y 85 años de edad.

Unidad de muestreo: Personas residentes del Barrio Cashapamba.

Tiempo: Sábado 07 de Febrero del 2015.

Lugar: El Colibrí, Barrio Cashapamba.

2.6.1.2.2. Alcance interno

Empleados:

Elemento de Muestreo: Trabajadores operativos, administrativos y personal bajo contrato que se encuentre ejerciendo sus funciones.

Unidad de muestreo: Nómina de empleados de Chova del Ecuador S.A.

Tiempo: Lunes 02 de Febrero del 2015.

Lugar: Instalaciones de la Empresa.

2.6.2. Tipo de investigación

Investigación correspondiente al tercer nivel: Dar soluciones a la problemática de investigación, con finalidad social.

- **Investigación descriptiva:** a través de la recolección y descripción de la información del problema de investigación.
- **Investigación correlacional:** Este tipo de investigación tiene como objetivo medir el grado de relación que existen entre dos o más variables.
- **Investigación explicativa:** mediante el análisis causa-efecto del problema de investigación.
- **Investigación cuantitativa:** nos permite examinar datos de manera numérica, tiene como objetivo el estudio de propiedades y fenómenos de cualidades cuantitativas y sus relaciones.
- **Investigación cualitativa:** tiene como objetivo la descripción de cualidades de un fenómeno, se basa en la toma de muestras pequeñas.

2.6.3. Método de investigación

Se aplicará los métodos:

- Deductivo: en la elaboración del marco teórico y la formulación de la propuesta de solución.
- Inductivo: al generar soluciones al problema de investigación; una vez que se hayan identificado y caracterizado todas sus causas.
- De análisis: una vez recopilada la información pertinente entorno al problema de investigación sus causas y efectos, mediante este método se analizará cada variable.
- De síntesis: al rendir comentarios, conclusiones y preparación de un informe final.

2.6.4. Determinación de la población y muestra

2.6.4.1. Población: Alcance externo

Clientes:

Como unidad de muestreo se tomó en cuenta a sus 32 distribuidores independientemente de la provincia en la que se encuentran ubicados.

Comunidad Cashapamba:

La unidad de análisis seleccionada para esta investigación son personas residentes en el Barrio Cashapamba ubicado en los alrededores de la empresa Chova del Ecuador S.A., que tengan una edad comprendida entre 15-85 años, indistintamente de su nivel socio-económico u ocupación laboral.

2.6.4.2. Población: Alcance interno

Empleados:

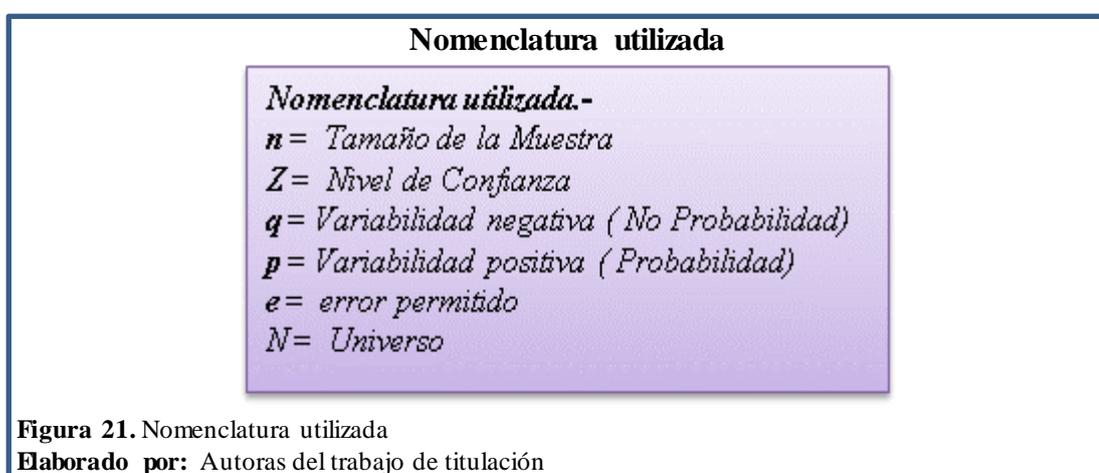
Por otro lado para la realización de la investigación interna se seleccionó a los trabajadores de la empresa que se encuentren ejerciendo sus funciones. En el caso de la obtención de esta información la encuesta se aplicará a todos los empleados de la empresa, debido al número limitado de personal para este caso un total de 65 trabajadores operativos, administrativos y por contrato.

2.6.4.3. Tipo de muestreo

Para la realización de esta investigación se va a utilizar el Muestreo No Probabilístico: Técnicas de muestro que no utilizan procedimientos de selección por casualidad sino que más bien dependen del juicio personal del investigador.

Por conveniencia: “Busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador. Muchas veces los encuestados son seleccionados por que se encuentran en el lugar y momento adecuado”. (Malhotra, 2008)

2.6.4.4. Cálculo del tamaño de la muestra para la comunidad Cashapamba



Fórmula para el cálculo del universo finito

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Figura 22. Fórmula para el cálculo del universo finito

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

Cuadro del nivel de confianza

NIVEL DE CONFIANZA	Z
99%	3,09
98%	2,57
97%	2,17
96%	2,05
95%	1,96
94%	1,88
93%	1,81
92%	1,75
91%	1,70
90%	1,64

Figura 23. Cuadro del nivel de confianza

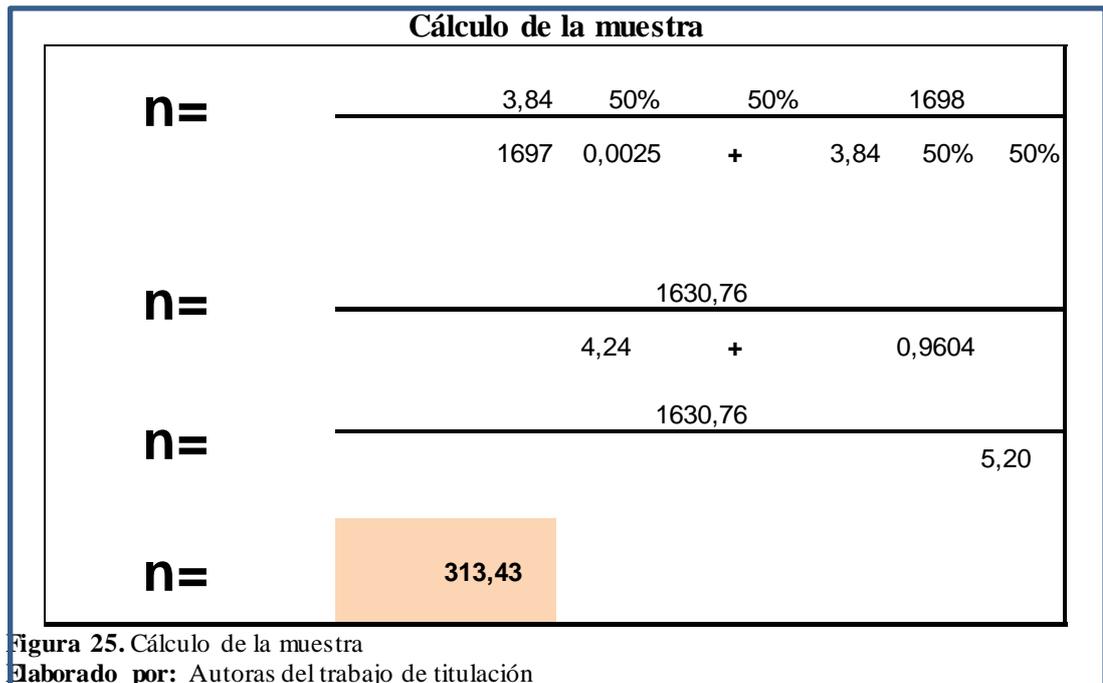
Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

Datos para el cálculo de la muestra

BARRIO CASHAPAMBA			
UNIVERSO	=	1698	
Error permitido	=	5%	
Nivel de confianza	=	95,00%	1,96
Probabilidad	=	50,00%	
No Probabilidad	=	50,00%	

Figura 24. Datos para el cálculo de la muestra

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación



2.6.5. Técnicas de recolección de datos

Como fuentes de información primaria se utilizaron libros, documentos de sitios web y para la recolección de información de primera mano se utilizará la encuesta como herramienta principal.

2.6.5.1. Encuesta

La encuesta está dirigida a dos tipos de público:

- **Público Externo:** moradores del Barrio Cashapamba.
- **Público Interno:** clientes y trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A.

Por lo cual se estructuró tres tipos de formatos; los mismos que están adjuntos en los Anexos 4 a 6.

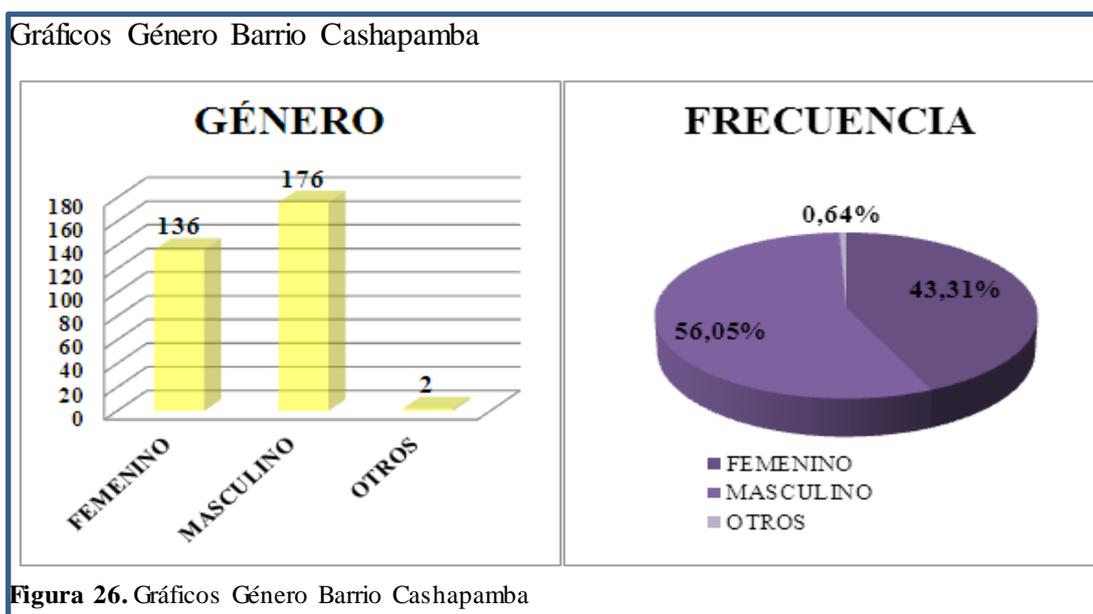
2.6.5.2. Análisis, procesamiento y presentación de datos

2.6.5.2.1. Comunidad del barrio Cashapamba.

Tabla 41. Resultado Género Barrio Cashapamba

GÉNERO	RESULTADO	FRECUENCIA
FEMENINO	136	43,31%
MASCULINO	176	56,05%
OTROS	2	0,64%
TOTAL	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



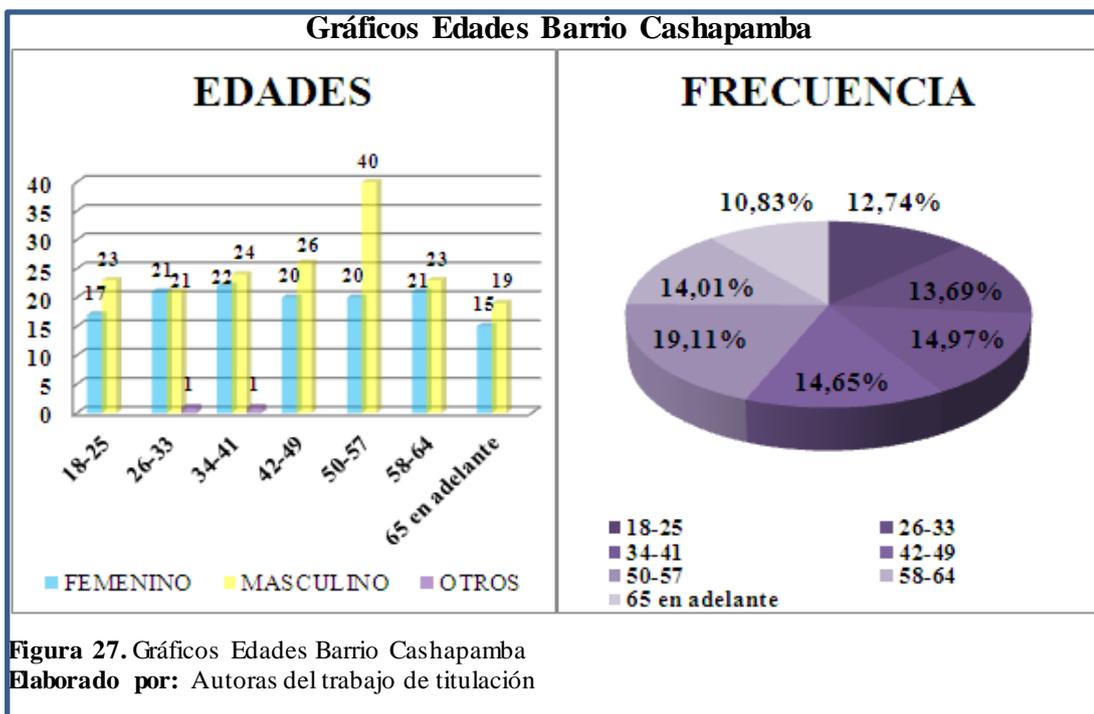
INTERPRETACIÓN:

Con un tamaño de muestra de 314 encuestados, clasificados por género de acuerdo a la mayor cantidad de participación se obtuvo que: 176 personas pertenecen al género masculino, 136 al género femenino y 2 a Otros; representados porcentualmente con un 56.05%, 43.31% y un 0.64% respectivamente.

Tabla 42. Resultado Edades Barrio Cashapamba

EDADES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
18-25	17	23	0	40	12,74%
26-33	21	21	1	43	13,69%
34-41	22	24	1	47	14,97%
42-49	20	26	0	46	14,65%
50-57	20	40	0	60	19,11%
58-64	21	23	0	44	14,01%
65 en adelante	15	19	0	34	10,83%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

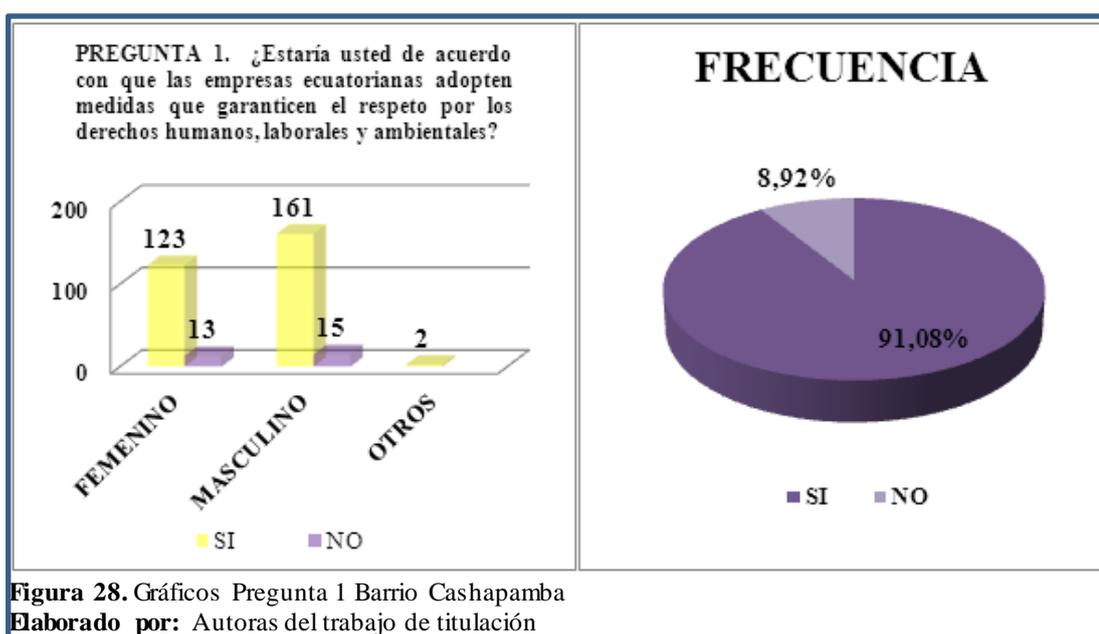
Dentro de la población encuestada se obtuvo que un 19.11% se encuentran en el rango de edad de 50 a 57 años, seguidos por un 14.97% de 34 a 41 años, con un 14.65% edades de entre 42 a 49 años, 14.01% de 58 a 64 años, 13.69% personas de 26 a 33 años, con un 12.74% tenía entre 18 a 25 años y el 10.83% restante eran personas de 65 años en adelante. Como se puede observar no existe una diferencia significativa entre cada rango, esto se debe a que las encuestas fueron aplicadas en un fin de semana, donde se contó con la participación de casi todos los miembros de las familias del Barrio Cashapamba.

Pregunta 1. ¿Estaría usted de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales?

Tabla 43. Resultado Pregunta 1. Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	123	161	2	286	91,08%
NO	13	15	0	28	8,92%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

De total de encuestados, el 91.08% está de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales; mientras que el 8.92% no lo está. Estos resultados reflejan la importancia que representa para la sociedad el fomentar políticas o reglamentos que protejan los derechos humanos, laborales y ambientales dentro de las empresas. Aparte de ser un asunto que se encuentra en boga por el interés de Organismos Internacionales por preservar el Medio Ambiente, se requiere que las empresas adopten medidas participativas en colaboración con todos sus Stakeholders.

Pregunta 2. ¿La empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social empresarial?

Tabla 44. Resultado Pregunta 2 Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	105	117	2	224	71,34%
NO	31	59	0	90	28,66%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.

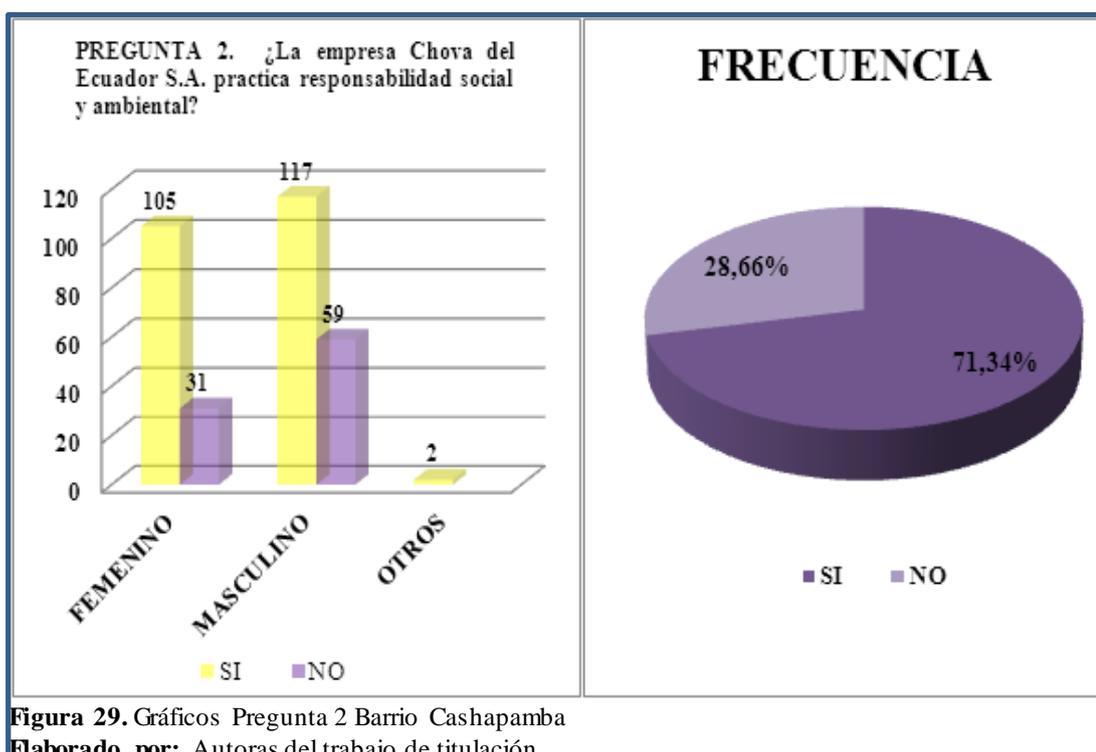


Figura 29. Gráficos Pregunta 2 Barrio Cashapamba
Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

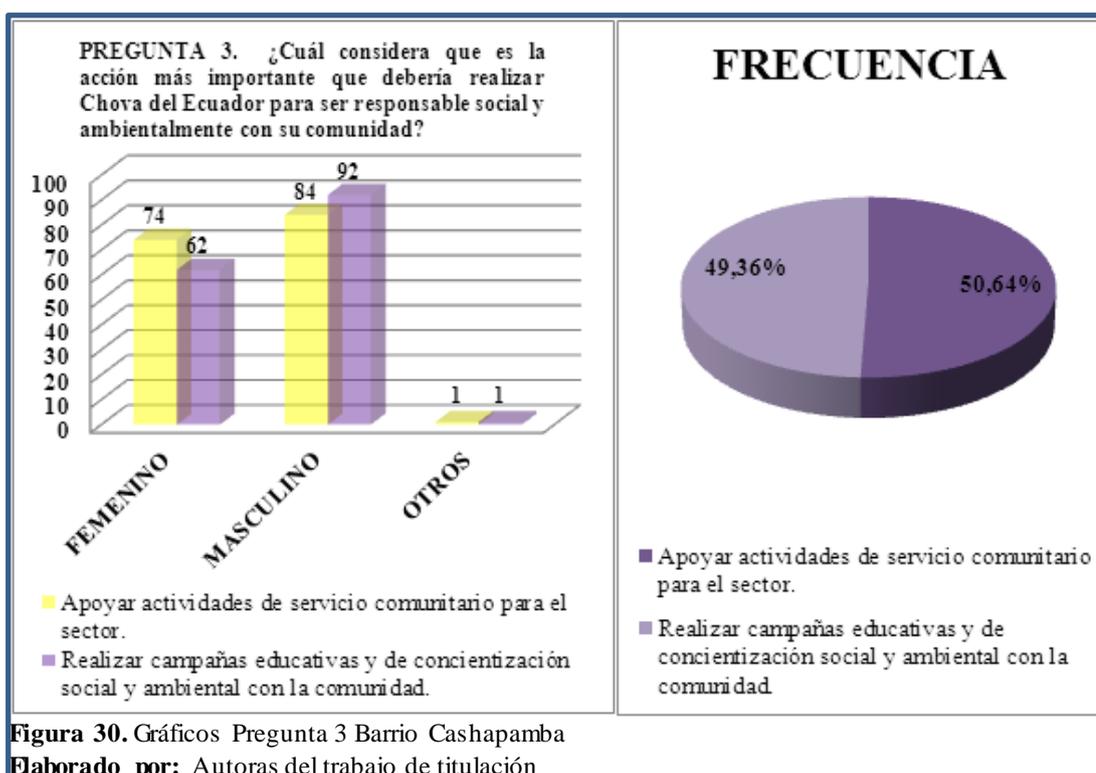
Para la segunda pregunta se obtuvo un 71.34% a favor de que la Empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social y ambiental; el 28.66% restante no está de acuerdo. Es importante explicar que el resultado en contra representado por el 28.66% proviene de la mayoría de personas que no estuvieron de acuerdo con la primera pregunta. A pesar de ello es notoria la buena relación que Chova del Ecuador S.A. alcanzó con su comunidad aledaña.

Pregunta 3. ¿Cuál considera que es la acción más importante que debería realizar Chova del Ecuador para ser responsable social y ambientalmente con su comunidad?

Tabla 45. Resultado Pregunta 3 Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Apoyar actividades de servicio comunitario para el sector.	74	84	1	159	50,64%
Realizar campañas educativas y de concientización social y ambiental con la comunidad.	62	92	1	155	49,36%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

Para identificar de qué manera la empresa Chova del Ecuador S.A. puede atender los intereses de su comunidad a fin de ser responsable social y ambientalmente con

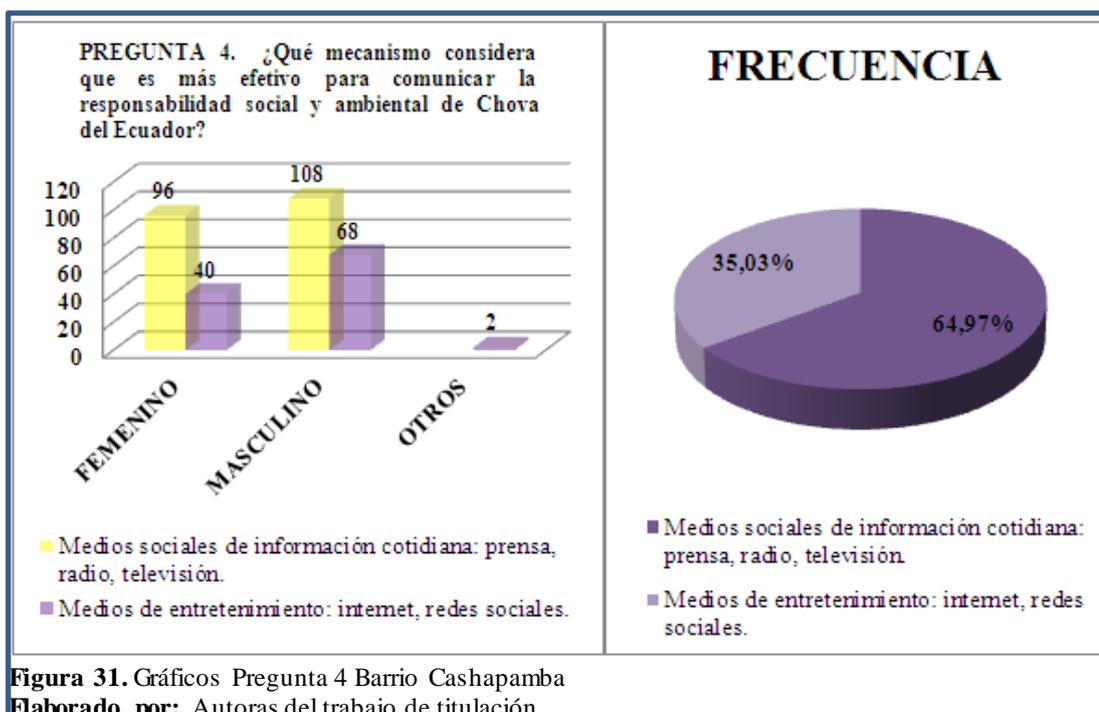
ellos, se estructuró dos opciones: con un 50.64% se requiere que la empresa apoye con actividades comunitarias para el sector y un 49.36% considera que se debe realizar campañas educativas y de concientización social y ambiental con la comunidad. Estos resultados muestran que la comunidad está interesada en que la empresa pueda establecer acciones que a más de favorecerles con obras, se los involucre con actividades educativas que permitan transmitir la importancia de convertirse en participantes activos por un cambio.

Pregunta 4. ¿Qué mecanismo considera que es más efectivo para comunicar la responsabilidad social y ambiental de Chova del Ecuador?

Tabla 46. Resultado Pregunta 4 Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Medios sociales de información cotidiana: prensa, radio, televisión.	96	108	0	204	64,97%
Medios de entretenimiento: internet, redes sociales.	40	68	2	110	35,03%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

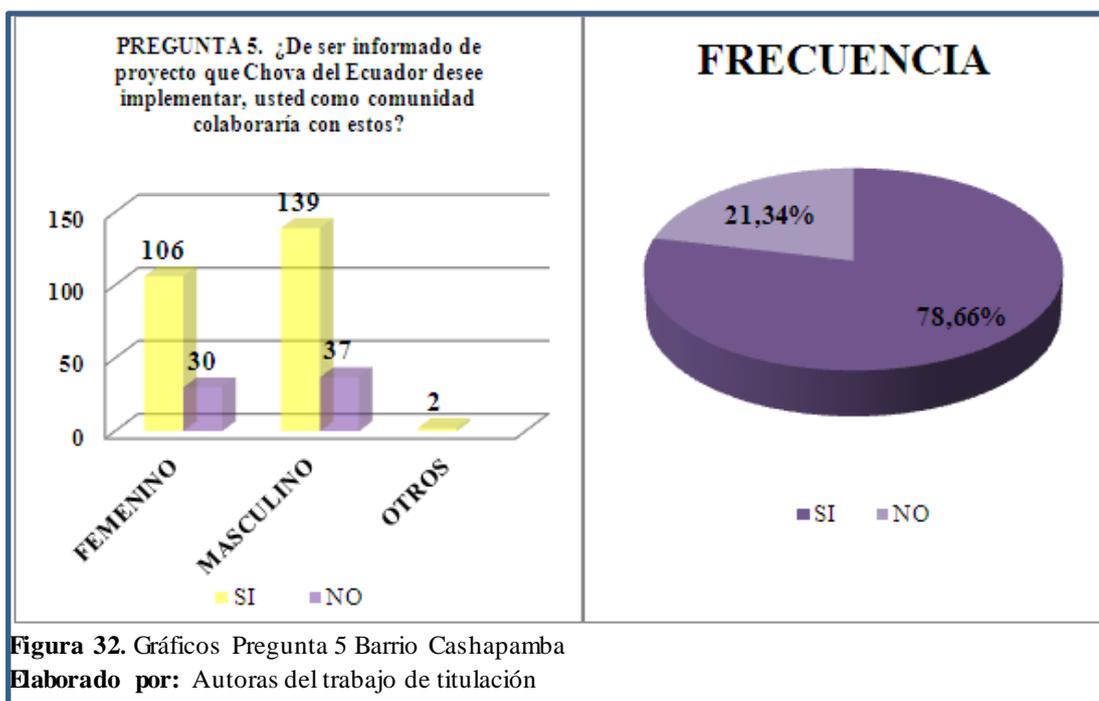
Los medios de comunicación fueron considerados dentro esta encuesta con el propósito de establecer en la propuesta estrategias de comunicación que faciliten la transmisión de información sobre el compromiso social y ambiental que tiene la Empresa Chova del Ecuador S.A. con todos sus participantes. Es así que con un porcentaje del 64.97% los medios sociales de información cotidiana como son: la prensa, radio y televisión son los más aptos para transmitir la información según la comunidad del Barrio de Cashapamba y con un 35.03% se consideran los medios de entretenimiento como el internet y las redes sociales.

Pregunta 5. ¿De ser informado de proyectos que Chova del Ecuador desee implementar, usted como comunidad colaboraría con estos?

Tabla 47. Resultado Pregunta 5 Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	106	139	2	247	78,66%
NO	30	37	0	67	21,34%
TOTAL	136	176	2	314	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

Con un total de 247 personas, representando un 78.66% de la muestra la comunidad del Barrio Cashapamba está dispuesta a colaborar con cualquier proyecto que la empresa Chova del Ecuador S.A. pretenda implementar; mientras que el 21.34% restante constituido por 67 personas encuestadas no lo está.

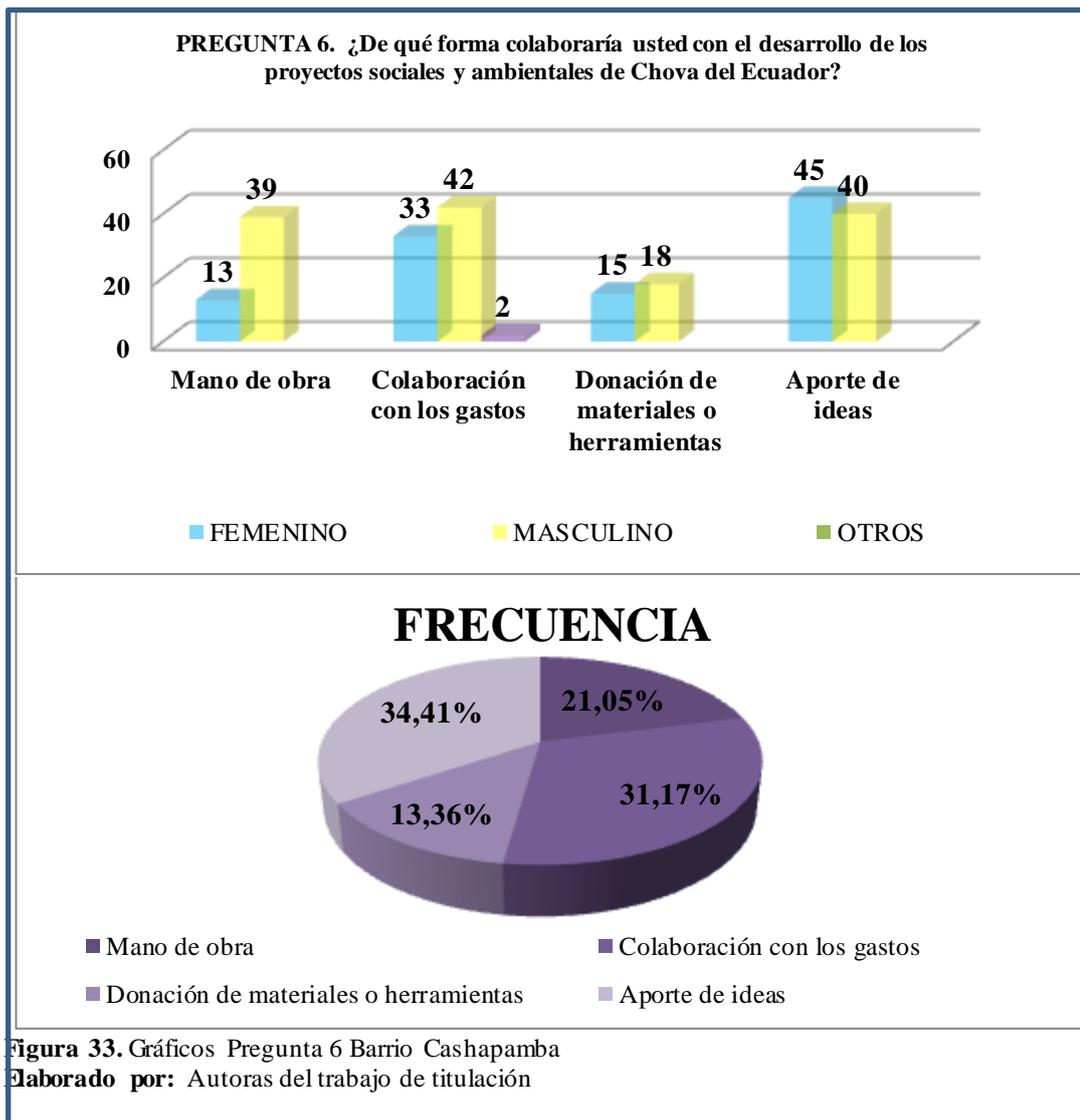
Este porcentaje determina el apoyo con el cual cuenta la empresa en caso de realizar proyectos, es un factor muy importante puesto que la comunidad está dispuesta a colaborar en la búsqueda de un mismo objetivo que resulte beneficioso para la empresa y el sector.

Pregunta 6. ¿De qué forma colaboraría usted con el desarrollo de los proyectos sociales y ambientales de Chova del Ecuador?

Tabla 48. Resultado Pregunta 6 Barrio Cashapamba

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Mano de obra	13	39	0	52	21,05%
Colaboración con los gastos	33	42	2	77	31,17%
Donación de materiales o herramientas	15	18	0	33	13,36%
Aporte de ideas	45	40	0	85	34,41%
TOTAL	106	139	2	247	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los moradores del barrio Cashapamba.



INTERPRETACIÓN:

Para esta pregunta se tomó en cuenta solo la muestra que estaba de acuerdo con colaborar con los proyectos que la empresa pretenda implementar. Es así que de un total de 247 personas el 34.41% colaboraría aportando ideas, el 31.17% con los gastos, seguido del 21.05% con mano de obra y un 13.36% donación de materiales o herramientas.

ANÁLISIS COMUNIDAD:

Según los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad del Barrio Cashapamba, se obtuvo información relevante que permite estructurar planes de acción a favor de establecer una relación proactiva entre la comunidad y la empresa.

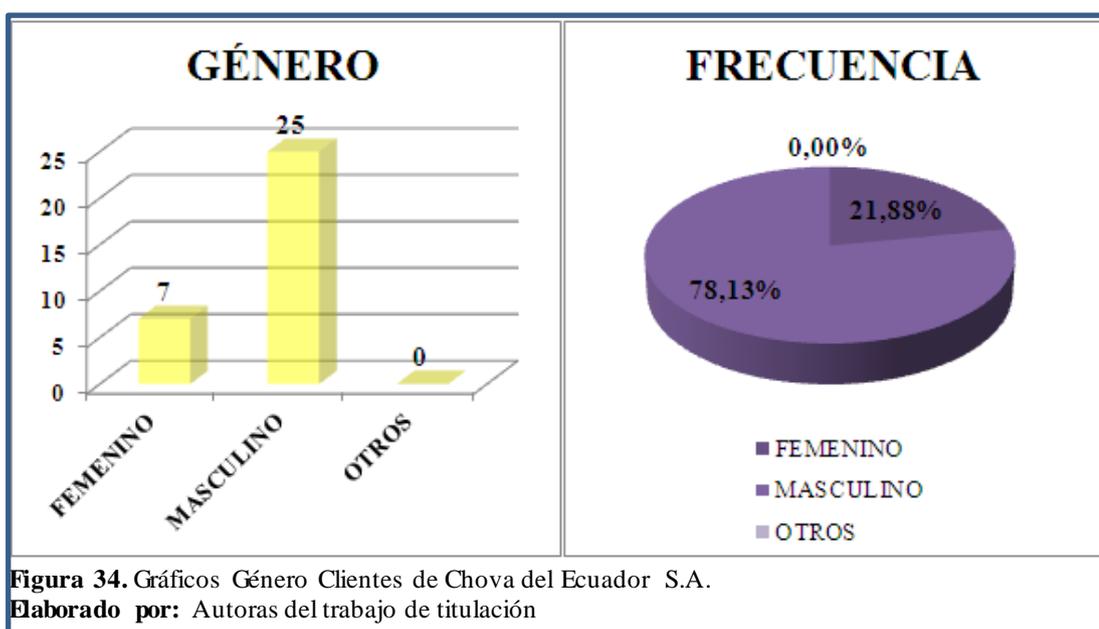
Generalmente la visión que tiene la comunidad de la empresa es positiva, por lo tanto se puede decir que Chova del Ecuador S.A. es responsable social y ambientalmente con su comunidad; sin embargo es necesaria más participación por parte de la empresa.

2.6.5.2.2. Clientes

Tabla 49. Resultado Género Clientes de Chova del Ecuador S.A.

GÉNERO	RESULTADO	FRECUENCIA
FEMENINO	7	21,88%
MASCULINO	25	78,13%
OTROS	0	0,00%
TOTAL	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.



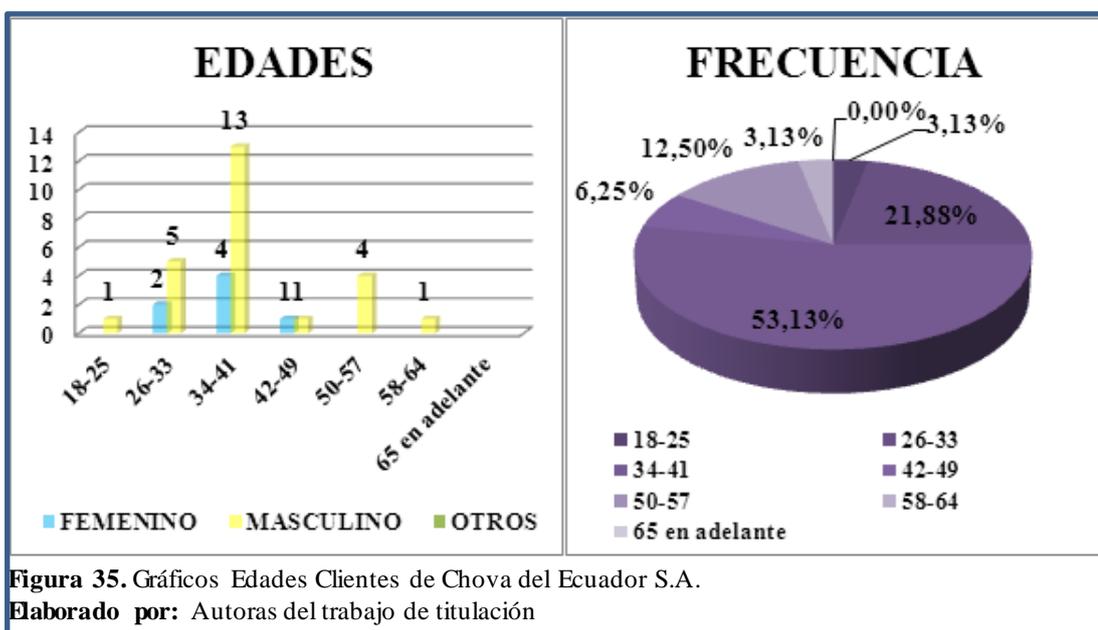
INTERPRETACIÓN:

De un total de 32 clientes con que la empresa Chova del Ecuador S.A. cuenta, 7 personas pertenecen al género femenino y 25 al género masculino; representados porcentualmente con un 21,88% y 78,13% respectivamente.

Tabla 50. Resultado Edades Clientes Chova del Ecuador S.A.

EDADES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
18-25	0	1	0	1	3,13%
26-33	2	5	0	7	21,88%
34-41	4	13	0	17	53,13%
42-49	1	1	0	2	6,25%
50-57	0	4	0	4	12,50%
58-64	0	1	0	1	3,13%
65 en adelante	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

Dentro de la población encuestada se obtuvo que un 53,13% se encuentran en el rango de edad de 34 a 41 años, seguidos por un 21,88% de 50 a 57 años, con un 12,50% edades de entre 26 a 33 años, 6,25% de 42 a 49 años y con un 3,13% los rangos de edades de 18 a 25 años y de 58 a 64 años.

Pregunta 1. ¿Estaría usted de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales?

Tabla 51. Resultado Pregunta 1 Clientes de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	7	25	0	32	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

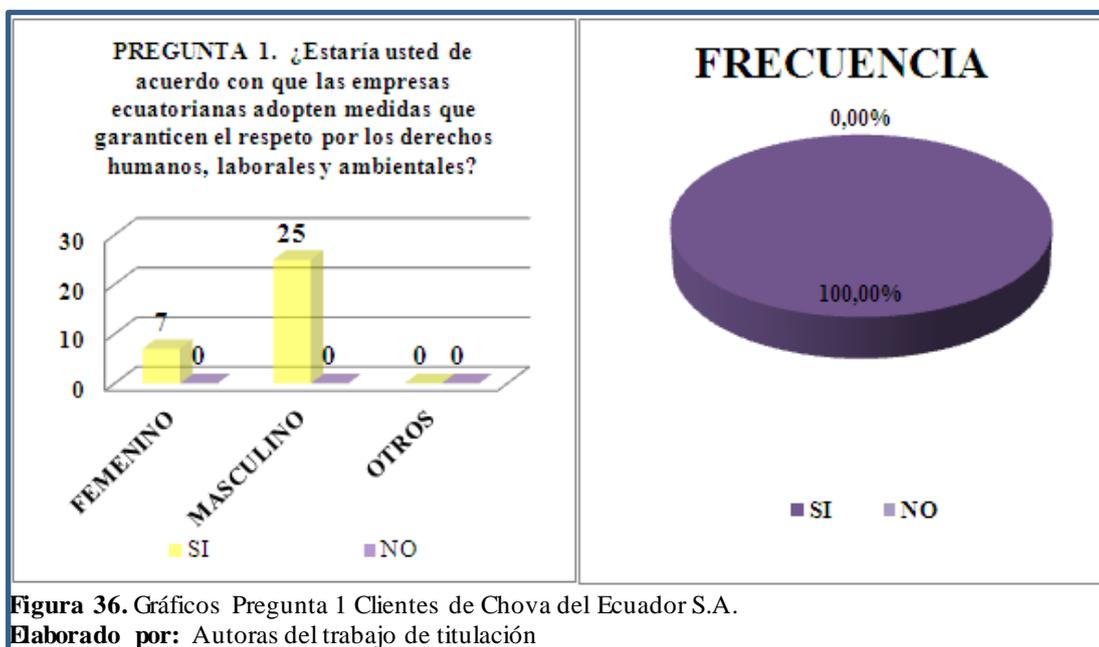


Figura 36. Gráficos Pregunta 1 Clientes de Chova del Ecuador S.A.
Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

De las 32 personas encuestadas, se obtuvo el 100% a favor de que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales.

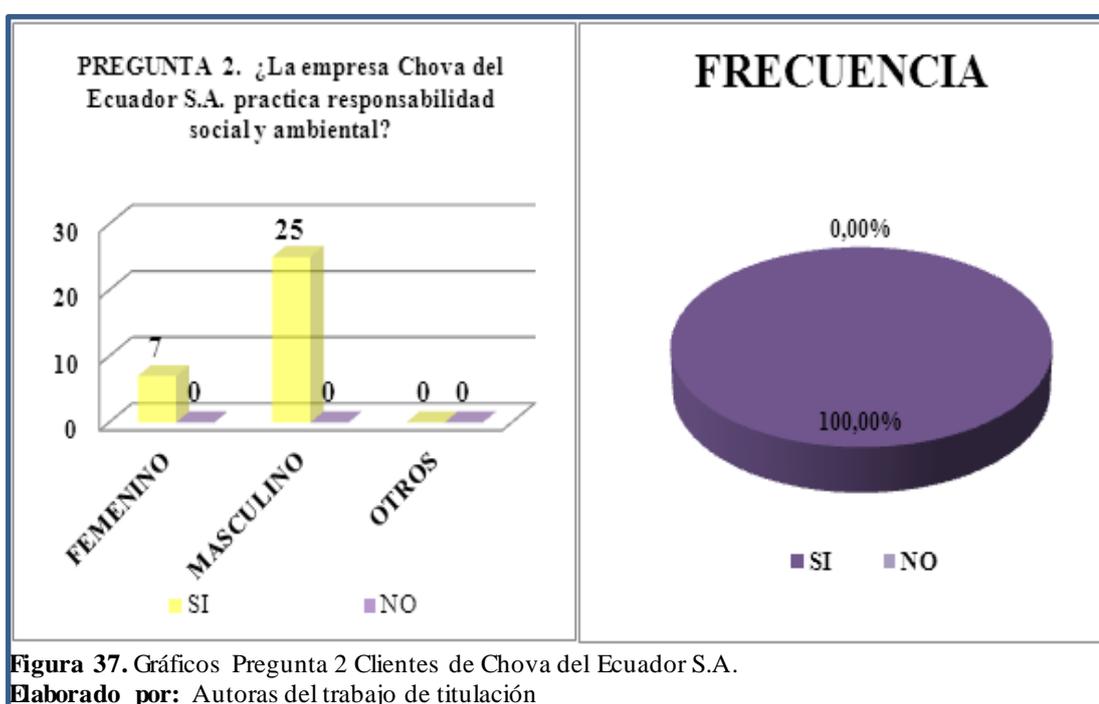
Este resultado evidencia el interés que tienen los clientes de la empresa en apoyar a las prácticas empresariales responsables.

Pregunta 2. ¿La empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social empresarial?

Tabla 52. Resultado Pregunta 2 Clientes Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	7	25	0	32	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

De las 32 personas encuestadas, se obtuvo que el 100%, están de acuerdo con que la empresa Chova del Ecuador es responsable social y ambientalmente; este resultado demuestra la buena relación que existe entre las dos partes.

Pregunta 3. ¿Qué tan importante es para usted adquirir productos elaborados con responsabilidad social y ambiental?

Tabla 53. Resultado Pregunta 3 Clientes de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Importante	6	16	0	22	68,75%
Poco Importante	1	7	0	8	25,00%
Nada Importante	0	2	0	2	6,25%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

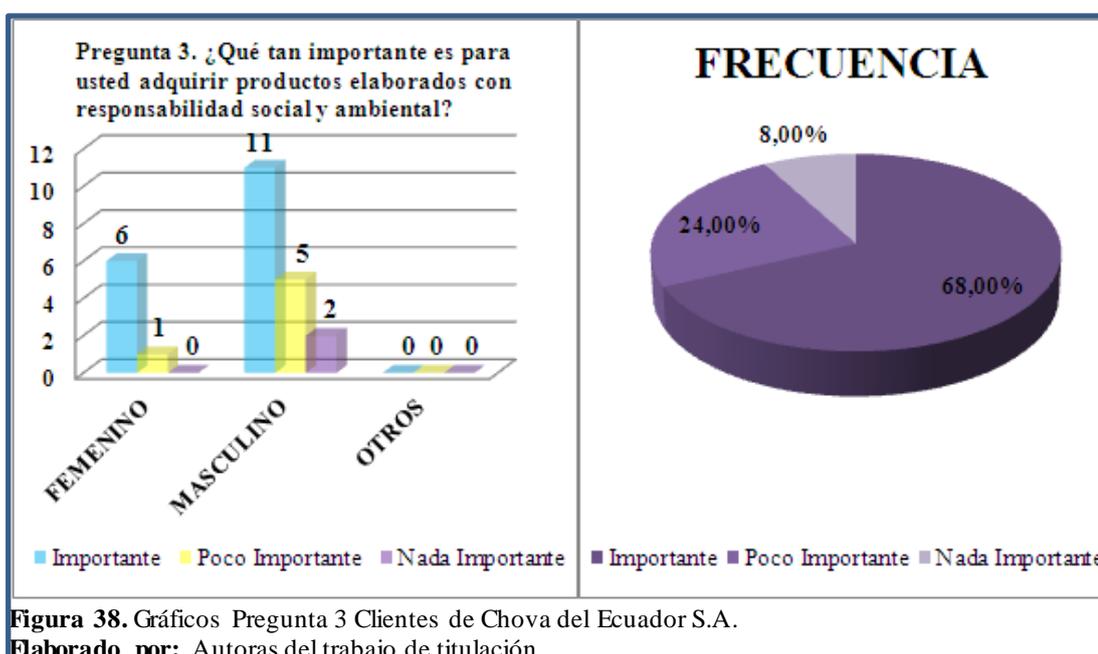


Figura 38. Gráficos Pregunta 3 Clientes de Chova del Ecuador S.A.

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

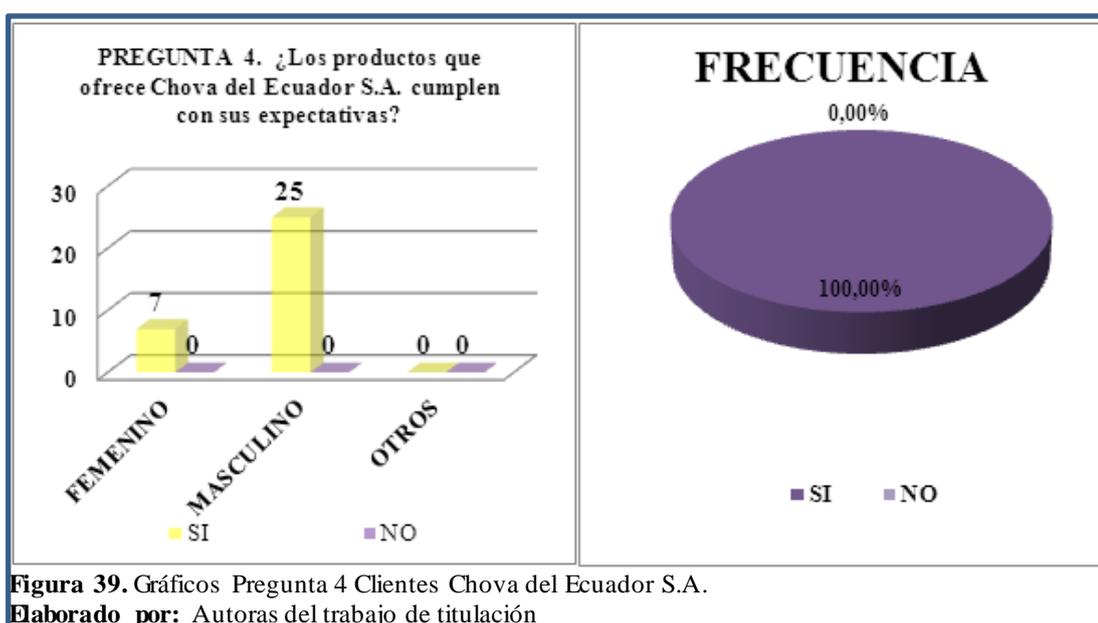
Con el propósito de identificar qué nivel de importancia tiene para los clientes adquirir productos elaborados con responsabilidad social y ambiental se estructuraron tres rangos: importante, poco importante y nada importante, cada uno con un 68,75%, 25% y 6,25% respectivamente.

Pregunta 4. ¿Los productos que ofrece Chova del Ecuador S.A. cumplen con sus expectativas?

Tabla 54. Resultado Pregunta 4 Clientes Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	7	25	0	32	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

Los productos que Chova del Ecuador S.A. ofrece a sus clientes, cumplen con las expectativas de sus clientes; esta afirmación se ve reflejada en el 100% a favor, por parte de las 32 personas encuestadas.

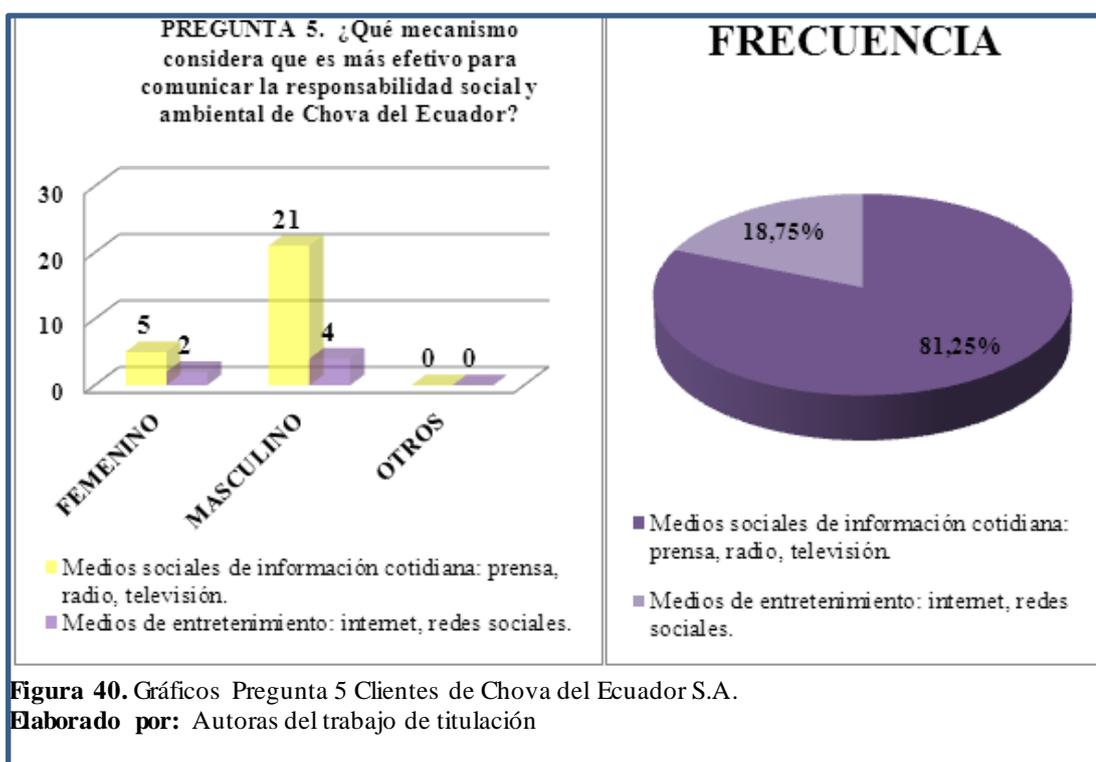
Por lo tanto se puede afirmar que la empresa elabora productos acorde a las necesidades de sus clientes, logrando que éstos se sientan satisfechos. Esto demuestra que existe responsabilidad en la fabricación, tiempo de entrega y precio de sus productos.

Pregunta 5. ¿Qué mecanismo considera que es más efectivo para comunicar la responsabilidad social y ambiental de Chova del Ecuador?

Tabla 55. Resultado Pregunta 5 Clientes de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Medios sociales de información cotidiana: prensa, radio, televisión.	5	21	0	26	81,25%
Medios de entretenimiento: internet, redes sociales.	2	4	0	6	18,75%
TOTAL	7	25	0	32	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

En cuanto al mecanismo más óptimo para comunicar la responsabilidad social y ambiental de la empresa Chova del Ecuador S.A., con un porcentaje del 81,25% los medios sociales de información cotidiana como son: la prensa, radio y televisión son los más óptimos; mientras que el porcentaje restante del 18,75% está a favor de los medios de entretenimiento como: el internet y las redes sociales.

ANÁLISIS CLIENTES:

En cuanto a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta vía telefónica a los clientes de la empresa Chova del Ecuador S.A., se ha logrado identificar que existe una relación proactiva entre las partes.

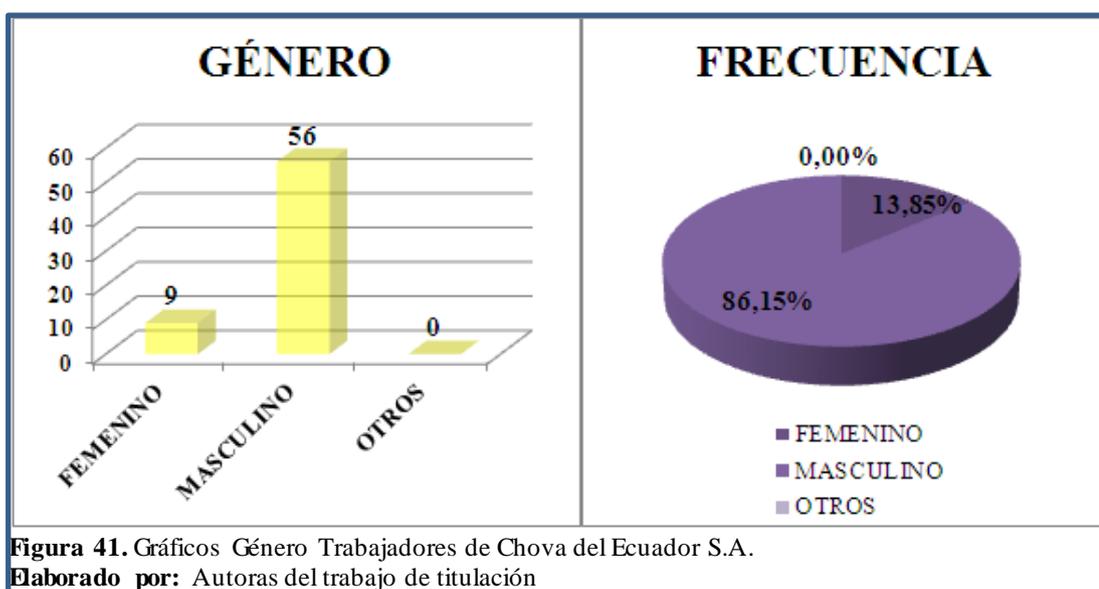
Esto representa ventajas para la empresa de tal manera que ha conseguido fidelización por parte de sus clientes, su imagen es positiva y sus productos son distribuidos a nivel nacional por la calidad con la que estos cuentan.

2.6.5.2.3. Trabajadores

Tabla 56. Resultado Género Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

GÉNERO	RESULTADO	FRECUENCIA
FEMENINO	9	13,85%
MASCULINO	56	86,15%
OTROS	0	0,00%
TOTAL	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

Con un total de 65 encuestados, el 86,15% pertenece al género masculino y el 13,85% restante al género femenino. La diferencia de porcentajes es significativa, debido a que cuenta con 9 mujeres del total de trabajadores.

Tabla 57. Resultado Edades Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

EDADES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
18-25	3	8	0	11	16,92%
26-33	5	24	0	29	44,62%
34-41	1	13	0	14	21,54%
42-49	0	11	0	11	16,92%
50-57	0	0	0	0	0,00%
58-64	0	0	0	0	0,00%
65 en adelante	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.

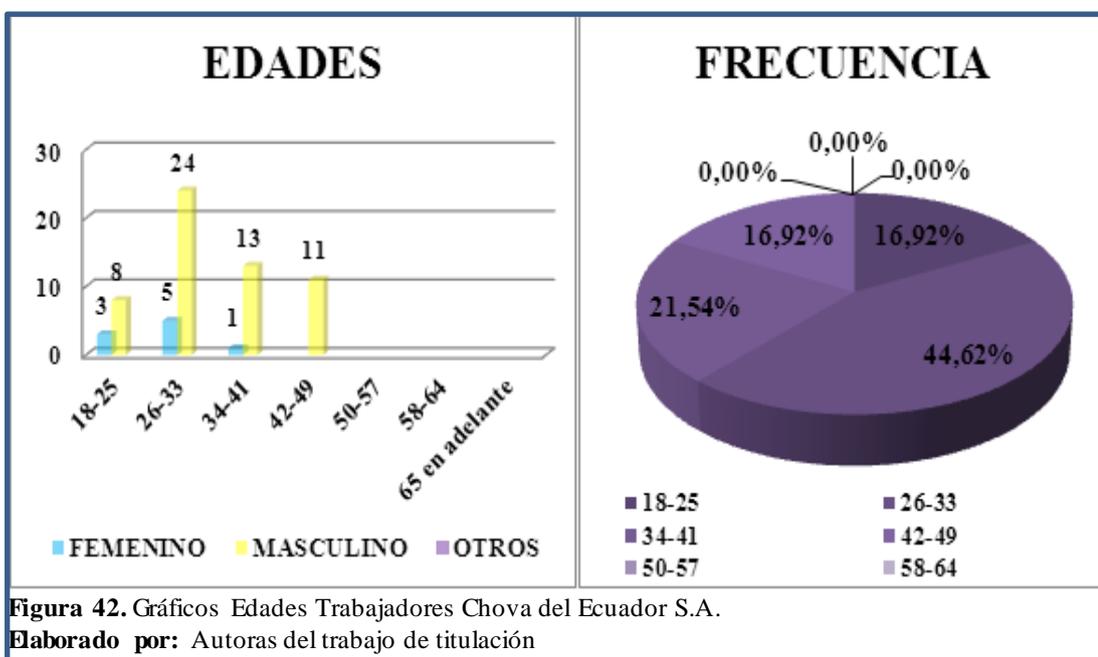


Figura 42. Gráficos Edades Trabajadores Chova del Ecuador S.A.

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

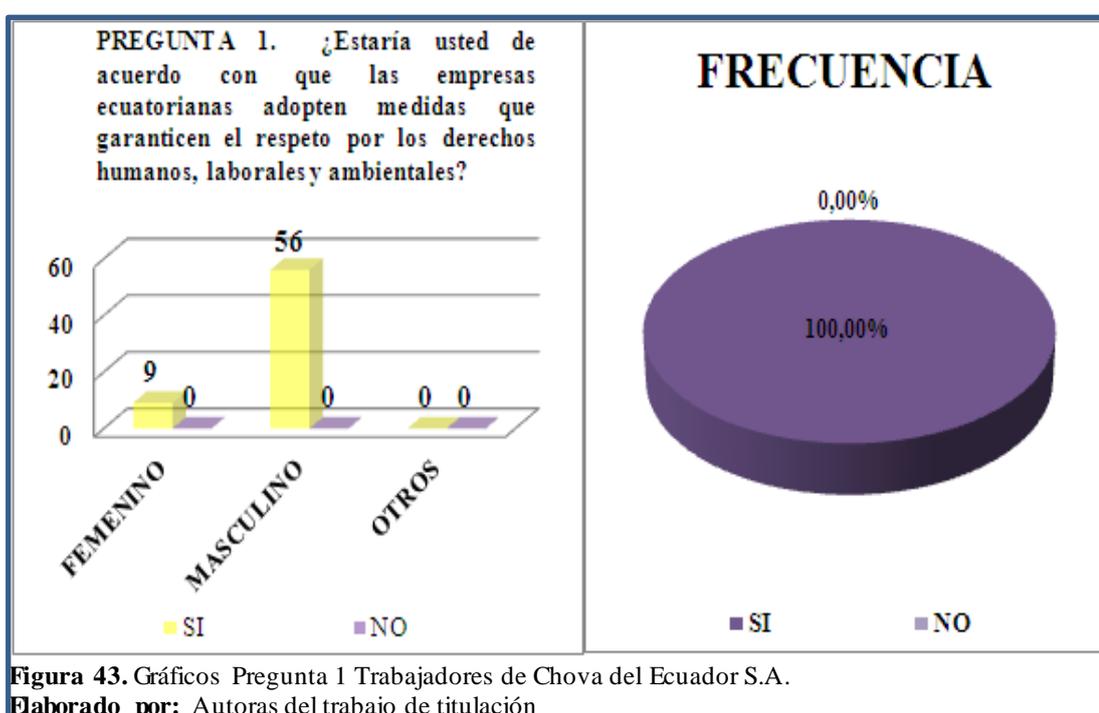
De la encuesta realizada se ha obtenido que el 44,62% de los trabajadores encuestados se encuentran en el rango de edad de 26-33 años, seguidos de un 21,54% en el rango de 34-41 años y un 16,92% en los rangos de edad de 18-25 y 42-49 años respectivamente.

Pregunta 1. ¿Estaría usted de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales?

Tabla 58. Resultado Pregunta 1 Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	9	56	0	65	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos en esta pregunta, con un porcentaje del 100% expresan el valor que tiene para los trabajadores que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales. Lograr un ambiente estable y seguro para los trabajadores implica cumplir con leyes, normas y reglamentos que velen por el cumplimiento de sus derechos; sin embargo no se debe olvidar que estos tienen obligaciones que cumplir con la empresa.

Pregunta 2. ¿La empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social empresarial?

Tabla 59. Resultado Pregunta 2 Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	9	56	0	65	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.

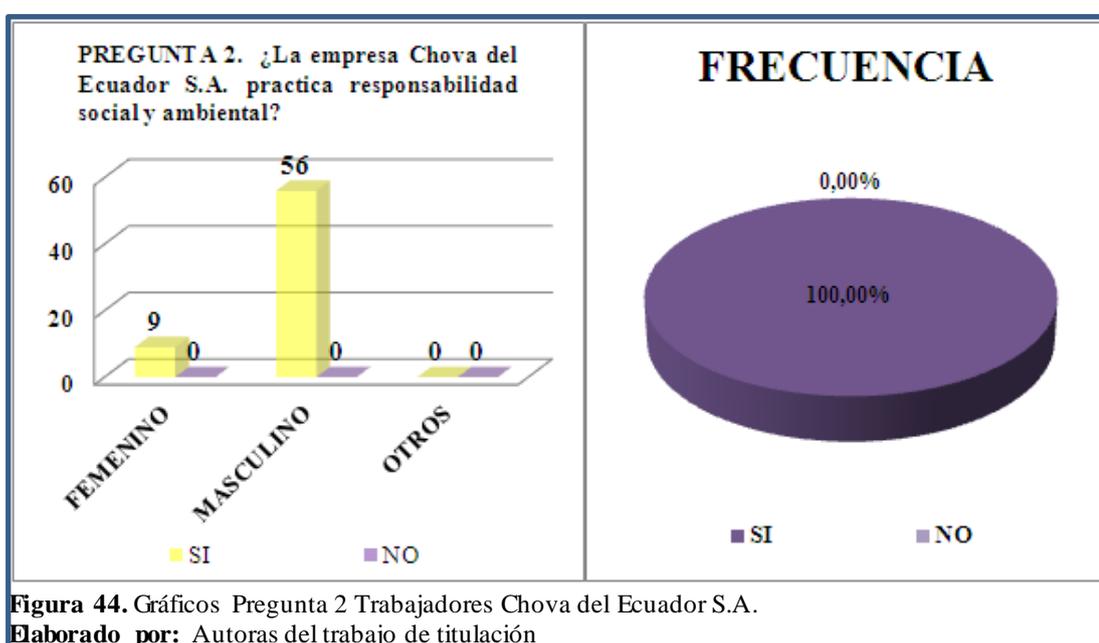


Figura 44. Gráficos Pregunta 2 Trabajadores Chova del Ecuador S.A.

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

De un total de 65 personas encuestadas, el 100% estuvo de acuerdo con que la empresa Chova del Ecuador S.A., practica responsabilidad social y ambiental.

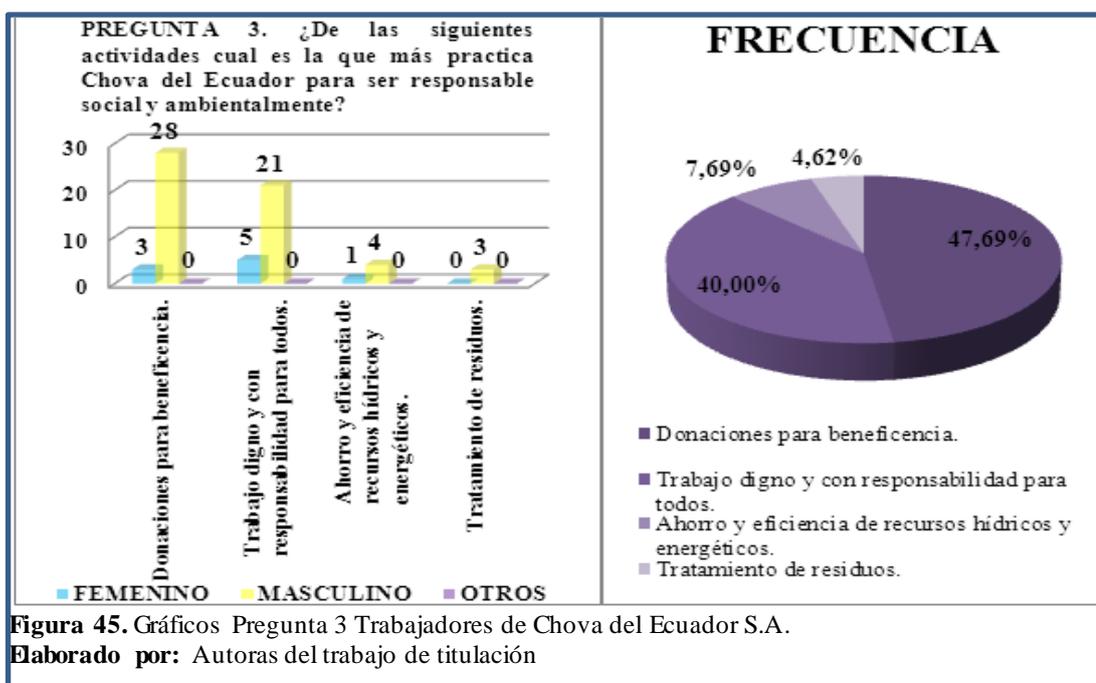
Este resultado demuestra que a más de existir una buena relación laboral, la empresa cumple con prácticas que la hacen responsable con su entorno; de tal forma que son evidentes para sus trabajadores.

Pregunta 3. ¿De las siguientes actividades cual es la que más practica Chova del Ecuador para ser responsable social y ambientalmente?

Tabla 60. Resultado Pregunta 3 Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Donaciones para beneficencia.	3	28	0	31	47,69%
Trabajo digno y con responsabilidad para todos.	5	21	0	26	40,00%
Ahorro y eficiencia de recursos hídricos y energéticos.	1	4	0	5	7,69%
Tratamiento de residuos.	0	3	0	3	4,62%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

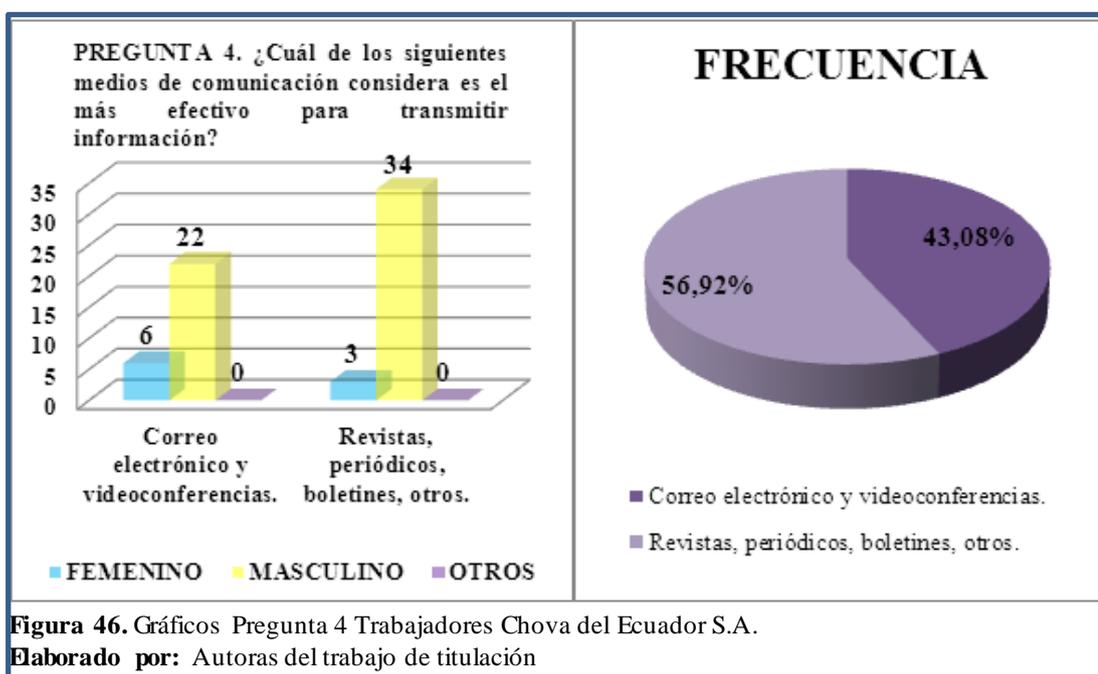
Según los trabajadores, la actividad que más practica Chova de Ecuador S.A. para ser responsable social y ambientalmente, son las donaciones para beneficencia con un porcentaje del 47,69%, seguida de un trabajo digno y con responsabilidad para todos representado por un porcentaje del 40%, ahorro y eficiencia de recursos hídricos y energéticos con un 7,69% y finalmente tratamiento de residuos con un porcentaje del 4,62%.

Pregunta 4. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación considera es el más efectivo para transmitir información?

Tabla 61. Resultado Pregunta 4 Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
Correo electrónico y videoconferencias.	6	22	0	28	43,08%
Revistas, periódicos, boletines, otros.	3	34	0	37	56,92%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.



INTERPRETACIÓN:

Con el propósito de identificar el medio de comunicación más apto para transmitir información a los trabajadores se estructuró esta pregunta, obteniendo como resultado un 56,92% a favor de las revistas, periódicos, boletines, otros; sin embargo la diferencia entre los porcentajes no es muy significativa puesto que el correo electrónico y las videoconferencias representan un 43,08% del total de encuestados, lo que permite concluir que se debe considerar estos dos medios como estrategia de comunicación.

Pregunta 5. ¿Usted colaboraría con Chova del Ecuador S.A. para implementar sus proyectos sociales y ambientales?

Tabla 62. Resultado Pregunta 5 Trabajadores Chova del Ecuador S.A.

OPCIONES	FEMENINO	MASCULINO	OTROS	TOTAL	FRECUENCIA
SI	9	56	0	65	100,00%
NO	0	0	0	0	0,00%
TOTAL	9	56	0	65	100,00%

Notas: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa.

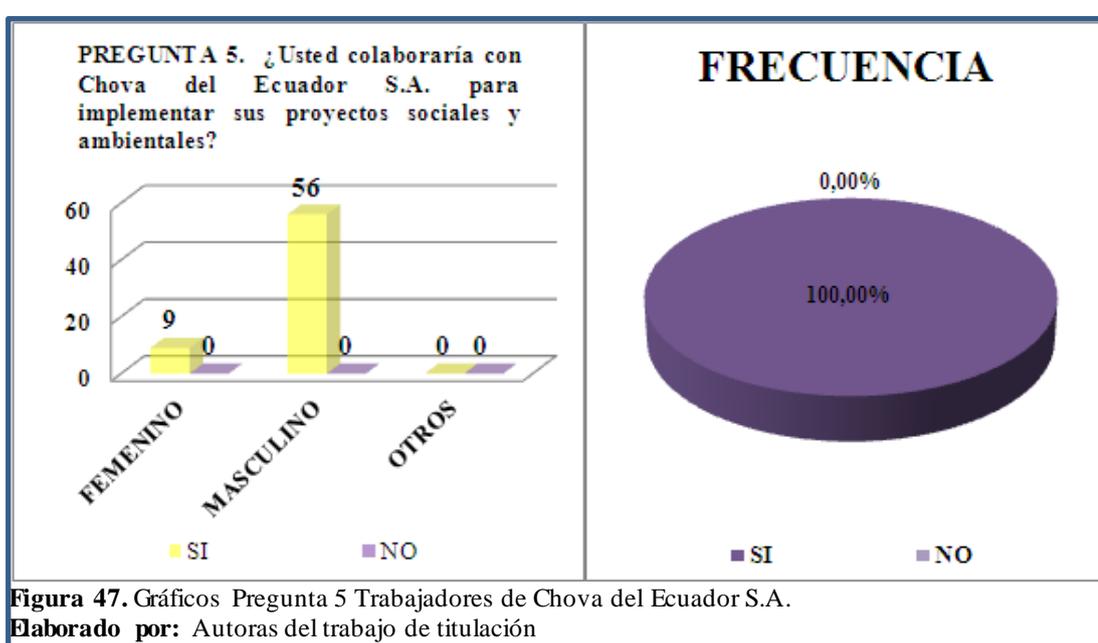


Figura 47. Gráficos Pregunta 5 Trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

INTERPRETACIÓN:

Por los resultados obtenidos en las preguntas 1 y 2, se podía deducir que los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A., estarían dispuestos a colaborar con los proyectos sociales y ambientales que la empresa desee implementar, esta afirmación se la justifica con un 100% de aceptación.

ANÁLISIS TRABAJADORES:

Los resultados que se obtuvieron a través de la aplicación de la encuesta, permitieron determinar la importancia que tiene para los trabajadores que una empresa tome en cuenta normas, reglamentos y declaraciones que abalen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales.

Crear un ambiente laboral en el que el trabajador tenga la libertad de opinión, igualdad y oportunidad de crecimiento personal y profesional, incentivará a que haya un compromiso real con los objetivos, metas y logros empresariales.

Es necesario recalcar que a pesar de que existe una buena relación Empresa-Trabajador, los canales de comunicación que actualmente se utilizan no son los adecuados para la transmisión del mensaje; por lo tanto se tomará en cuenta esta información al momento de elaborar estrategias para la propuesta del modelo de responsabilidad social empresarial.

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA CHOVA DEL ECUADOR S.A. DESDE LA ÓPTICA DEL EMPLEADO, LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

3.1. Objetivo de la propuesta

La propuesta tiene como objetivo principal, estructurar un modelo de responsabilidad social que atienda a los intereses de los empleados, proveedores, clientes y la sociedad; basado en normas y declaraciones que promueven el respeto por los derechos humanos, laborales y medio ambientales.

Para el desarrollo de la propuesta se realizó una investigación transversal, mediante la aplicación de la encuesta con el propósito de recolectar información sobre la perspectiva de Responsabilidad Social que tienen los grupos de interés antes mencionados; lo cual servirá para elaborar estrategias que permitan la implementación del modelo de responsabilidad social.

También otro de sus objetivos es comunicar el compromiso que tiene la empresa con cada uno de sus participantes, la responsabilidad social y ambiental con la que ejerce sus operaciones; para ello se propondrá mecanismos que mejoren la comunicación.

3.2. Alcance de la propuesta

Una vez finalizado el estudio se entregará a la empresa un documento final que contenga la propuesta del modelo de responsabilidad social; el mismo que será evaluado por las autoridades pertinentes, quienes decidirán su aplicación.

A la vez se espera que sirva de referencia para posteriores investigaciones, ya que la expectativa a futuro es que todas las empresas puedan trabajar bajo principios, normas y reglamentos que respeten y protejan los derechos humanos, laborales y ambientales, brindando estabilidad y seguridad a todos los actores involucrados en el

giro del negocio, para este caso a sus trabajadores, proveedores, clientes y comunidad aledaña.

3.3. Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Chova del Ecuador S.A.

El siguiente modelo fue diseñado para la empresa Chova del Ecuador S.A., sin embargo es adaptable a cualquier empresa que considere importante la inclusión de un modelo de responsabilidad social.

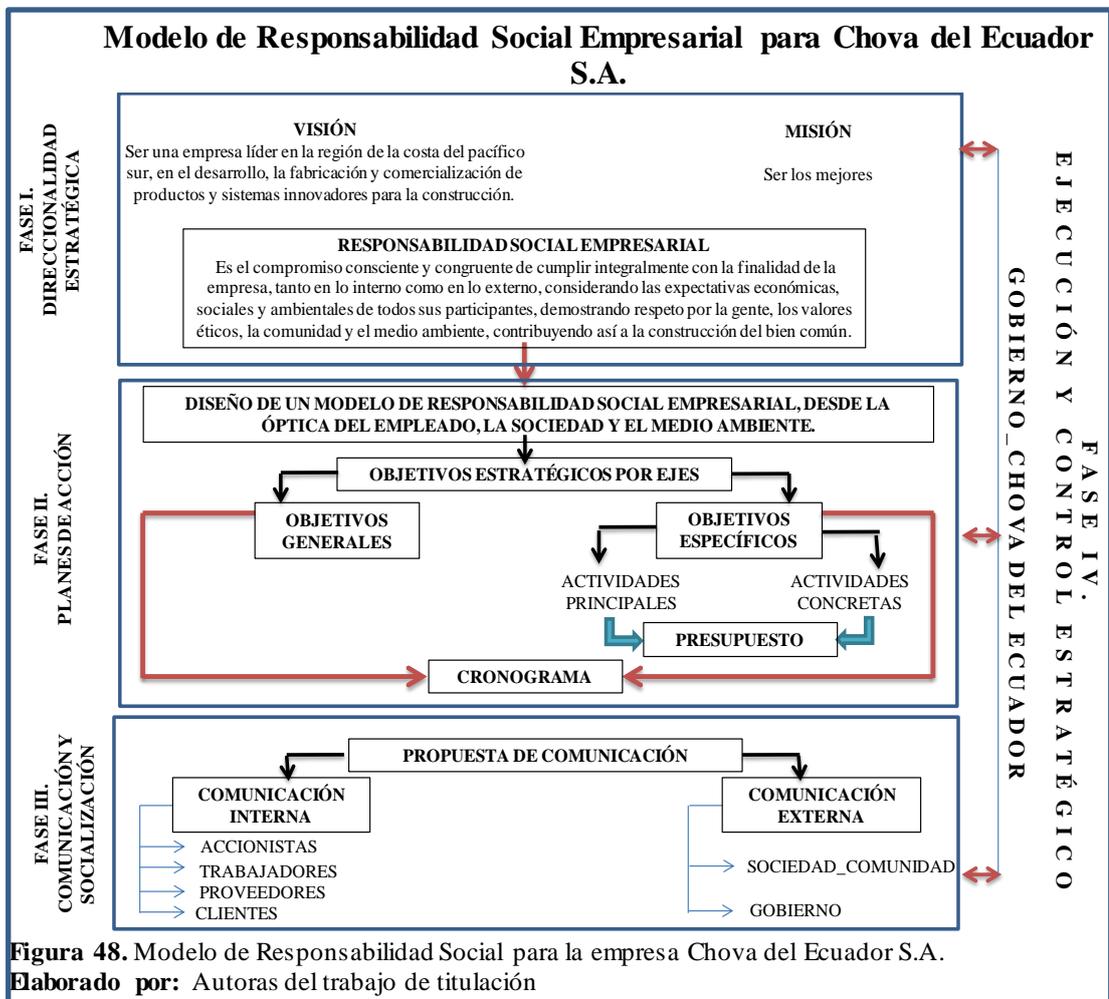


Figura 48. Modelo de Responsabilidad Social para la empresa Chova del Ecuador S.A.
Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

3.4. Herramientas para elaborar la propuesta

3.4.1. Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estrategia. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. (Moneris, 2006)

Con el propósito de dar a conocer la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Chova del Ecuador S.A., se optó por estructurar estrategias que permitan comunicar las actividades, eventos, noticias y objetivos que sean llevados a cabo.

La idea es generar un compromiso voluntario entre los grupos de interés y la empresa, de tal manera que la relación afiance lazos y genere beneficios mutuos.

Para ello se dividió a la Comunicación en Interna y Externa, cada una dirigida a diferentes Stakeholders; estos grupos fueron seleccionados de acuerdo al tipo de canal que se pretende utilizar para comunicar el mensaje.

Tabla 63. Distribución de los Stakeholders de acuerdo al tipo de comunicación

Comunicación Interna	Comunicación Externa
Accionistas	Sociedad - Comunidad
Trabajadores	
Clientes	Gobierno
Proveedores	

Notas: Stakeholders clasificados de acuerdo al canal de comunicación

3.4.1.1. Técnicas de comunicación

Internas: En la tabla 64, se detallan las principales técnicas de comunicación que se recomienda sean aplicadas por la empresa Chova del Ecuador S.A., para transmitir de manera efectiva la información a sus Accionistas, Trabajadores, Clientes y Proveedores.

Tabla 64. Técnicas de Comunicación Interna

Técnicas	Objetivo	Participantes
Reuniones	Dar a conocer los planes de acción propuestos y los resultados que se obtengan de estos.	Accionistas
Boletines informativos escritos y visuales	Informar sobre las actividades que la empresa pretenda realizar en las capacitaciones.	Trabajadores
Correo electrónico y Revistas	Comunicar los logros empresariales, noticias destacadas, objetivo a corto y mediano plazo, entre otros.	Accionistas Trabajadores Clientes Proveedores
Buzón de sugerencias	Incentivar al aporte de ideas relacionadas con actividades sociales y ambientales.	Trabajadores Clientes Proveedores

Notas: Técnicas de comunicación interna a emplearse para determinados Stakeholders.

Externa: La transmisión de esta información será masiva, ya que está dirigida a la Sociedad en general y al Gobierno; por ello se utilizarán los medios tradicionales de publicidad.

Tabla 65. Técnicas de Comunicación Externa

Técnicas	Objetivos	Participantes
Prensa, Radio y televisión	Dar a conocer sobre las actividades sociales, ambientales y logros empresariales.	Sociedad Gobierno
Internet Redes Sociales	Difundir información comercial.	

Notas: Técnicas de comunicación externa a emplearse para determinados Stakeholders.

3.4.2. Plan de acción

3.4.2.1. Definición

Los planes de acción son documentos debidamente estructurados que forman parte del Planeamiento Estratégico de la Empresa, ya que, por medio de ellos, es que se busca “materializar” los objetivos estratégicos previamente establecidos, dotándoles de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto. (Duron Esquivel, 2004)

Para el desarrollo de este capítulo se consideró necesario estructurar planes de acción que determinen actividades a cumplir; de tal manera que la empresa pueda responder responsablemente a los intereses de sus participantes tomando en cuenta su perspectiva.

3.4.2.2. Plan de acción para la comunidad del barrio Cashapamba

El siguiente plan de acción fue estructurado de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la comunidad del Barrio Cashapamba; específicamente de las preguntas 3 y 6.

En cuanto a la pregunta 3, los resultados obtenidos determinaron que los requerimientos de la comunidad para que la empresa sea considerada responsable social y ambientalmente están vinculados con actividades de beneficencia y campañas educativas.

Por otro lado la pregunta 6, permitió identificar la forma en la que la comunidad colaboraría con el desarrollo de proyectos sociales y ambientales que Chova del Ecuador S.A. desee implementar. De estos resultados se tomaron en consideración los porcentajes más relevantes en cuanto a la frecuencia de participación: el aporte de ideas y la colaboración con los gastos.

Tabla 66. Plan de acción para el Barrio Cashapamba

<p>OBJETIVO: Integrar a los moradores del Barrio Cashapamba como participantes activos en proyectos sociales que realice la empresa Chova del Ecuador S.A.</p> <p>ESTRATEGIA 1: Prestar apoyo al Barrio de Cashapamba en temas de seguridad. ESTRATEGIA 2: Participar con la comunidad de Cashapamba en eventos sociales, culturales y deportivos.</p>						
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
EI.	<p>Realizar una campaña semestral de información en seguridad comunitaria, social e industrial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar charlas informativas a los moradores del barrio Cashapamba, mediante expositores delegados por la empresa. • Elaborar una presentación en Power Point para exponer los temas a tratar (lugar Casa Comunitaria del Barrio) 	1 semana	<p>Ing. Juan Pablo Sotomayor</p> <p>Departamento de Recursos Humanos</p> <p>Representante del Barrio Cashapamba</p>	<p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Humanos</p>	\$ 200,00	<p>Informe de las actividades realizadas</p> <p>Fotografías de las charlas</p>
EI.	<p>Apoyar con donaciones materiales y económicas en el caso de ser necesarias por causa de catástrofes naturales o falta de recursos económicos que tengan los moradores del sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ayuda puede ser desde la entrega de materiales, instalación y transporte. 	Indefinido	<p>Gerente General</p> <p>Departamento Financiero</p>	<p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Financieros</p>	\$ 1000,00	<p>Informe de recursos materiales y financieros empleados</p> <p>Fotografías de las donaciones</p>

E1.	<p>Realizar una campaña anual de medicina preventiva: control de diabetes, presión arterial, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La campaña se realizara con el apoyo y participación directa del sub centro de salud más cercano o la colaboración de la cruz roja. • La empresa colaborara con carpas y de ser necesario con el transporte 	1 semana	<p>Representante de la empresa encargado</p> <p>Representante del Barrio Cashapamba</p> <p>Departamento Financiero</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Financieros</p>	\$ 700,00	<p>Número de campañas preventivas y número de convenios realizados con Instituciones Públicas</p>
E2.	<p>Apoyar a la cultura de la zona en cuanto a grupos de danza, festejos populares, cine barrial etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar económicamente con un porcentaje de los gastos que se incurran 	Indefinido	<p>Representante de la empresa encargado</p> <p>Representante del Barrio Cashapamba</p>	<p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Financieros</p>	\$ 200,00	<p>Informe de las actividades realizadas</p> <p>Documento de los requerimientos solicitados a la empresa</p> <p>Fotografías</p>
E2.	<p>Incentivar y apoyar campeonatos de fútbol en fechas especiales para la comunidad en los que intervengan trabajadores de la empresa y los moradores del sector.</p>	1 semana	<p>Personal de la empresa</p> <p>Moradores del sector</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Fianncieros</p>	\$ 200,00	<p>Hoja de asistencia del personal que participo</p> <p>Fotografías</p>

Nota: Actividades a realizar para la implementación de planes de acción dirigidos a los moradores del Barrio Cashapamba.

3.4.2.3. Plan de acción para los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A.

La información que se obtuvo con la aplicación de la encuesta, sirvió para determinar que existe deficiencia en la comunicación interna; por lo tanto se decidió tomar en cuenta los medios de comunicación electrónicos como: Correo electrónico y videoconferencias y escritos como: Revistas, periódicos, boletines, otros. Ya que no existió una diferencia significativa entre los porcentajes.

Es así como se diseñaron actividades acorde a las opiniones de los trabajadores de la empresa, con el propósito de que el mensaje pueda ser recibido con claridad por el receptor.

Es necesario mencionar que para que el mensaje sea claro se debe considerar para quien va dirigido, cuidando las expresiones y forma de redactar o expresarlo.

Además, se consideró que debe existir motivación para que los trabajadores de la empresa no perciban la información como innecesaria; por ello se propone que se los involucre a través de actividades que fomenten el compromiso por convertirse en actores activos de un programa de responsabilidad social.

Tabla 67. Plan de acción para los trabajadores de Chova del Ecuador S.A.

OBJETIVO: Fomentar la responsabilidad social en los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A. mediante una participación activa en las actividades propuestas por la empresa.

ESTRATEGIA 1: Implementar un sistema de Gobierno Corporativo.

ESTRATEGIA 2: Crear un espacio para los trabajadores mediante el uso de herramientas que faciliten la comunicación entre el personal y la empresa Chova de Ecuador S.A.

ESTRATEGIA 3: Apoyar la retroalimentación de procesos técnicos para mantener vigente la Responsabilidad Social Empresarial.

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
El.	Realizar una reunión para la presentación del Proyecto de Responsabilidad Social Empresarial los directivos de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> Entrega del documento a los directivos 	1 semana	Ing. Juan Pablo Sotomayor Responsables del Proyecto	Recursos Humanos Recursos Materiales	\$200,00	Acta de reunión de trabajo para socialización Proyecto de Responsabilidad Social Empresarial
El.	Determinar el grupo de trabajo y asignar a los responsables para cada una de las actividades. <ul style="list-style-type: none"> Responsable de control y seguimiento del proyecto Responsable de las actividades sociales y recreativas Responsable de las actividades laborales Responsable de la parte financiera 	4 semanas	Ing. Juan Pablo Sotomayor Departamento de Talento Humano Departamento Financiero	Recursos Humanos	\$0,00	Nómina de los grupos de trabajo Informe de la participación del personal y la distribución de responsabilidades

<p>E2.</p>	<p>Realizar un taller trimestralmente entre trabajadores y administradores sobre Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear espacios de trabajo en los que se incentiven a los empleados a traer nuevas ideas que permitan la discusión de la materia • Realizar un momento de recreación (coffee-break) 	<p>2 semanas</p>	<p>Ing. Juan Pablo Sotomayor</p> <p>Departamento de Talento Humano</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Financieros</p>	<p>\$900,00</p>	<p>Hoja de asistencia</p> <p>Informe de las actividades realizadas</p>
<p>E2.</p>	<p>Instalar 2 pantallas informativas en lugares de esparcimiento social: comedor, recepción. La información que se presentara será:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Felicitaciones por buen desempeño laboral. • Ascensos. • Graduaciones. • Cumpleaños (entrega de un pequeño presente) • Maternidades y Paternidades. • Recordatorios por el mes o año de fallecimiento de familiares cercanos. • Logros Empresariales. 	<p>1 semana</p>	<p>Departamento Financiero</p> <p>Técnico de instalaciones</p> <p>Departamento de Talento Humano</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Financieros</p>	<p>\$ 3000,00</p>	<p>Factura de compra e instalación de las pantallas</p> <p>Informe del registro de fechas especiales para cada trabajador.</p> <p>Fotografías de los eventos realizados</p> <p>Encuesta trimestral de evaluación de resultados</p>
<p>E2.</p>	<p>Efectuar una capacitación anual a los trabajadores sobre leyes y reglamentos laborales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un documento que sirva como base para mantener una comunicación integral en la empresa a través de la elaboración de un folleto para todos los participantes (65 trabajadores) que contengan temas a ser tratados en los talleres y capacitaciones 	<p>2 semanas</p>	<p>Ing. Juan Pablo Sotomayor</p> <p>Departamento de Talento Humano</p> <p>Capacitador especializado en el tema</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Financieros</p>	<p>\$ 1100,00</p>	<p>Hoja de asistencia</p> <p>Documento elaborado para la capacitación</p>

E2.	Publicar mensualmente letreros o carteles informativos en los que se detallen: <ul style="list-style-type: none"> • Metas Comerciales y sociales • Presentar los informes trimestrales del desempeño financiero de la empresa 	4 semanas	Departamento de Talento Humano	Recursos Humanos Recursos Materiales Recursos Financieros	\$1200,00	Informes y número de las publicaciones que se detallaran en los letreros o carteles informativos
E2.	Crear un buzón de comentarios y sugerencias para que los trabajadores se expresen ; den nuevas ideas y opiniones sobre la empresa	Indefinido	Departamento de Talento Humano	Recursos Materiales Recursos Financieros	\$200,00	Factura de compra de los buzones Número de comentarios o sugerencias
E2.	Ayudar a los empleados en situaciones de emergencia: <ul style="list-style-type: none"> • Otorgando el pago para los gastos en casos en los que se exceda una cobertura medica • Promover chequeos médicos dos veces al año tanto a los empleados y sus familiares a través de campañas preventivas a través de convenios realizados con instituciones de salud pública: cruz roja, ministerio de salud. 	Indefinido	Departamento de Talento Humano Departamento Financiero	Recursos Materiales Recursos Humanos Recursos Financieros	\$4000,00	Planes de contingencia Números de coberturas médicas atendidas Número de campañas preventivas y número de convenios realizados con Instituciones Públicas
E3.	Realizar 2 o 3 talleres de control al año de la información difundida al personal e identificar requerimientos para las próximas capacitaciones mediante encuestas.	2 semanas	Departamento de Talento Humano	Recursos Materiales Recursos Humanos Recursos Financieros	\$300,00	Encuestas

Nota: Actividades a realizar para la implementación de planes de acción dirigidos a los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A.

3.4.2.4. Plan de acción para el cuidado y preservación del Medio Ambiente.

Tabla 68. Plan de acción para el cuidado y preservación del Medio Ambiente

<p>OBJETIVO: Cumplir con lo estipulado en las leyes y códigos ambientales vigentes.</p> <p>ESTRATEGIA 1: Desarrollar una gestión basada en la responsabilidad ambiental, con el fin de reducir los impactos medioambientales.</p>						
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
El.	<p>Contratación de un inspector medio ambiental para que realice controles anuales de los procesos medio ambientales implementados en la empresa.</p> <p>Realizar un registro constante del impacto que provoca la empresa Chova de Ecuador en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagües • Energía eléctrica, • Producción de residuos (basura no degradable, envases, emisión de gases por vehículos) • Selección de materiales consumidos (papel, tintas, productos químicos) 	4 semanas	<p>Inspector Medioambiental contratado</p> <p>Gerente General</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Financieros</p>	\$1300,00	<p>Informe presentado por el inspector.</p> <p>Registro de impacto</p>
El.	<p>Dar una charla medioambiental semestral dirigida a los trabajadores de la empresa y su comunidad aledaña para concientizar las buenas prácticas medioambientales.</p>	2 semanas	<p>Capacitador especializado en Medioambiente</p> <p>Departamento de Talento Humano</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Recursos Financieros</p>	\$2100,00	<p>Hoja de asistencia de los trabajadores</p> <p>Informe del representante de la comunidad</p> <p>Número de charlas realizadas</p>

EI.	<p>Reducir el consumo de papel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer el uso de los dos lados del papel para la presentación impresa de documentos estrictamente necesarios. • Utilizar el mail en vez de imprimir • Utilizar el reverso del papel impreso para que sea utilizado en apuntes 	Indefinido	Personal administrativo	Recursos Humanos Recursos Materiales	\$ 0,00	Registro de compra de papel Control del número de mails mensuales enviados y recibidos
EI.	Realizar un plan que garantice el descarte seguro de todo lo tóxico: pilas, cartuchos, tintas de impresoras y copiadoras.	Indefinido	Inspector Medioambiental contratado	Recursos Humanos Recursos Materiales Recursos Financieros	\$ 500,00	Plan de control de materiales tóxicos Informe o informes del inspector Medioambiental
EI.	Identificar en la municipalidad local la existencia de áreas o dispositivos adecuados para el depósito de sustancias tóxicas o estudiar la posibilidad de Crearlas en conjunto con otras empresas.	2 semanas	Inspector Medioambiental contratado	Recursos Humanos	\$ 300,00	Documentos obtenidos de las investigaciones o acuerdos estipulados
EI.	Utilizar productos de limpieza que sean menos perjudiciales para el medio ambiente.	Indefinido	Personal de limpieza	Recursos Humanos Recursos Materiales Recursos Financieros	\$ 200,00	Listado de productos de limpieza Factura de compra
EI.	Renovar productos cuando se considere necesario como: computadoras, máquinas de fax, equipos de aire acondicionado y otros equipamientos que contengan el sello de economía de energía.	Indefinido	Departamento Financiero	Recursos Materiales Recursos Financieros	\$ 2000,00	Facturas de compra de los equipos.
EI.	Instalar equipos y accesorios con dispositivos de bajo flujo de agua para canillas e inodoros.	2 semanas	Técnico para las instalaciones Departamento Financiero	Recursos Materiales Recursos Financieros	\$ 500,00	Factura de compra y pago del servicio

Nota: Actividades a realizar para la implementación del plan de acción medioambiental para la empresa Chova del Ecuador S.A.

3.4.2.6. Presupuesto anual

En la tabla 69, se detalla los rubros que se requieren para la implementación de los planes de acción. Se pretende que el modelo sea puesto en marcha en el periodo enero a diciembre del año 2016.

Tabla 69. Presupuesto anual de implementación del modelo de Responsabilidad Social Empresarial

PLAN DE ACCIÓN	CONCEPTO	COSTO
Dirigido a los moradores del Barrio Cashapamba	Materiales para el desarrollo de las exposiciones para el barrio Cashapamba	\$200,00
	Donaciones económicas por causa de catástrofes naturales o falta de recursos económicos que tengan los moradores del sector de Cashapamba	\$1000,00
	Campañas de medicina preventiva para los moradores.	\$700,00
	Apoyo económico a la cultura de la zona en cuanto a grupos de danza, festejos populares, cine barrial, etc.	\$200,00
	Entrega de implementos y uniformes deportivos	\$200,00
TOTAL GASTOS PLAN DE ACCIÓN BARRIO CASHAPAMBA		\$2300,00
Dirigido a los trabajadores de la empresa Chova del Ecuador S.A.	Reunión de presentación del proyecto	\$200,00
	Talleres sobre Responsabilidad Social Empresarial	
	-Materiales para el taller	\$300,00
	-Coffee Break (65 trabajadores)	\$600,00
	Compra de dos pantallas de TV	\$2000,00
	Instalación de las pantallas informativas por un técnico	\$1000,00
	Capacitación sobre leyes y reglamentos laborales	
	-Capacitador	\$1000,00
	-Materiales para el taller	\$100,00
	Publicación de letreros o carteles informativos	\$1200,00
	Buzón de comentarios y sugerencias	\$200,00
	Coberturas médicas o ayudas ocasionales	\$4000,00
Retroalimentación de talleres a través de encuestas	\$300,00	
TOTAL GASTOS PLAN DE ACCIÓN TRABAJADORES		\$9900,00
Dirigido al cuidado y preservación del Medioambiente	Contratación de un inspector Medioambiental	\$3000,00
	Charlas Medioambientales para trabajadores y la comunidad	
	-Capacitador especializado en temas ambientales	\$2000,00
	Plan de control de materiales tóxicos	\$500,00
	Investigación de áreas de depósito de materiales tóxicos	\$300,00
	Compra de productos de limpieza con sello verde	\$200,00
	Compra de equipos nuevos con sello de economía de energía que ameriten renovación.	\$2000,00
	Instalación de equipos o accesorios con dispositivos de bajo flujo de agua para inodoros.	\$500,00
TOTAL GASTOS PLAN DE ACCIÓN MEDIOAMBIENTE		\$8500,00
TOTAL GASTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANES		\$20700,00

Notas: Detalle de los materiales y rubros para la implementación de los planes de acción.

3.4.2.6.1. Proyección de ventas

La implementación de este modelo basado en planes de acción que permiten a la empresa mantener una relación directa con su comunidad, trabajadores y medio ambiente, cuenta con el compromiso por parte de sus directivos.

Este compromiso ha sido reflejado en la ayuda que se ha recibido para la recopilación de información sobre aspectos relevantes de la empresa, seguimiento de los avances del proyecto y reuniones con el representante de la empresa. Por lo tanto la proyección en ventas que se realiza a más de determinar la viabilidad del proyecto permitirá que los directivos puedan determinar la mejor forma de financiamiento.

El análisis de financiamiento está enfocado con la proyección de ventas en general de la empresa, para lo cual se tomara en cuenta el estado de resultados del cual se estimara variaciones del año 2013-2014 con una proyección al año 2015.

De acuerdo a los datos históricos reales de ventas de los productos se ha mostrado una variación del 23%, que representa un incremento en ventas; es así que se pronostica que para el año 2015 el porcentaje se mantendrá.

La proyección demuestra una ganancia que será financiada el 3% en efectivo, 20% cuentas por cobrar, el 12% inventarios y el 38% planta y equipo, afectando solo en el pasivo a las cuentas por pagar (proveedores) debido al incremento de las ventas.

La inversión estimada para el año 2015 se pueda financiar a través de proveedores y utilidades no distribuidas incluyendo un financiamiento externo.

Se puede concluir que la inversión que la empresa realiza en dicho proyecto es factible debido a que el monto a ser invertido representa un bajo porcentaje de acuerdo a la ganancia que se presenta en los estados financieros, como se puede observar en las tablas 70-73.

Tabla 70. Variaciones del Estado de Resultados 2013-2014

ESTADO DE RESULTADOS								
CHOVA DEL ECUADOR								
CUENTAS		2013	%		2014	%	VARIACION	% INCREMENTO
VENTAS NETAS		(13.288.866,92)	100%		(16.386.698,35)	100,0%	(3.097.831,43)	23%
OTROS INGRESOS		(91.157,60)	-1%		(56.809,78)	-0,3%	34.347,82	-38%
COSTO PRODUCTOS VENDIDOS	7.287.838,34			8.617.780,00			-	
MANO OBRA DIRECTA	340.057,50			556.320,00				
MANO DE OBRA INDIRECTA	169.749,72			360.840,00				
OTROS COSTOS INDIRECTOS FABRICACION	802.890,22			1.139.128,00				
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	8.600.535,78	8.600.535,78	65%	10.674.068,00	10.674.068,00	65,1%	2.073.532,22	24%
GANANCIA BRUTA		(4.688.331,14)			(5.712.630,35)			
OTROS COSTOS PRODUCCION		354.664,40	3%		630.323,00	3,8%	275.658,60	78%
GASTOS		1.983.519,50	15%		3.108.920,00	19,0%	1.125.400,50	57%
GASTOS FINANCIEROS		120.077,72	1%		77.799,33	0,5%	(42.278,39)	-35%
INTERESES	44.126,31			32.159,11				
DIFERENCIA EN CAMBIO	35.428,17			19.830,79				
OTROS GASTOS FINANCIEROS	40.523,24			25.809,43				
OTROS GASTOS		443.000,66	3%		36.040,00	0,2%	(406.960,66)	-92%
GANANCIA ANTES DEL 15%		(1.878.226,46)	14%		(1.916.357,80)	11,7%	(38.131,34)	2%
15% PARTICPACION TRABAJADORES		281.733,97			287.453,67			
GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS		(1.596.492,49)			(1.628.904,13)		(76.262,68)	

Nota: Detalle de las variaciones de las cuentas del Estado de Resultados de los años 2013-2014

Tabla 71. Proyección Ventas año 2015

CUENTAS	RESULTADOS 2014	PROYECCION VENTAS AL 2015 EN %	INC.PROYECCION	VENTAS PROYECTADAS 2015		% VERTICAL
VENTAS	16.386.698,35	23%	3.768.940,62	20.155.638,97	Análisis Vertical	100%
COSTO	10.674.068,00	24%	2.561.776,32	13.235.844,32		66%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	5.712.630,35		1.207.164,30	6.919.794,65		34%

Nota: Cálculo de la proyección de las ventas estimadas para el año 2015

Tabla 72. Porcentajes de Variaciones del Balance General para el año 2015

BALANCE AL 2015					
ACTIVOS		%	PASIVOS		%
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVOS CORRIENTES		
EFFECTIVO	533.174,71	3%	CUENTAS POR PAGAR	1.233.964,43	8%
CUENTAS POR COBRAR	3.301.663,28	20%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	1.776.588,38	
INVENTARIOS	2.008.171,75	12%	OTROS PASIVOS	1.059.333,08	
OTROS ACTIVOS	15.517,78				
TOTAL	5.858.527,52		TOTAL	4.069.885,89	
ACTIVOS FIJOS			PATRIMONIO		
PLANTA Y EQUIPO NETO	6.240.001,24	38%	CAPITAL	3.910.000,00	
			RESERVAS	903.727,41	
			NIIFS	569.722,77	
			UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS	728.834,89	
			UTILIDAD DEL EJERCICIO	1.916.357,80	
			TOTAL	8.028.642,87	
TOTAL	12.098.528,76	74%	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	12.098.528,76	

Nota: Cálculo de los porcentajes de las variaciones del Balance General año 2015

Tabla 73. Proyección Balance General año 2015

PROYECCION BALANCE AL 2015					
ACTIVOS		INCREMENTO	PASIVOS		INCREMENTO
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVOS CORRIENTES		
EFFECTIVO	655.804,89	122.630,18	CUENTAS POR PAGAR	1.517.776,25	283.811,82
CUENTAS POR COBRAR	4.061.045,83	759.382,55	OBLIGACIONES FINANCIERAS	1.776.588,38	
INVENTARIOS	2.470.051,25	461.879,50	OTROS PASIVOS	1.059.333,08	
OTROS ACTIVOS	15.517,78				
TOTAL	7.202.419,76	1.343.892,24	TOTAL	4.353.697,71	
ACTIVOS FIJOS			PATRIMONIO		
PLANTA Y EQUIPO NETO	7.675.201,53	1.435.200,29			
			CAPITAL	3.910.000,00	
			RESERVAS	903.727,41	
			NIIFS	569.722,77	
			UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS	728.834,89	
			UTILIDAD DEL EJERCICIO	1.916.357,80	
			TOTAL	8.028.642,87	
TOTAL	14.877.621,29	2.779.092,53	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	12.382.340,58	283.811,82
			FINANCIAMIENTO EXTERNO	2.495.280,71	
TOTAL BALANCE	14.877.621,29			14.877.621,29	

Nota: Cálculo de las proyecciones del Balance General para el año 2015

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial pretende promover una nueva filosofía corporativa, en la que la búsqueda del beneficio no se sustente en la maximización de sus utilidades sino también en el respeto por los intereses de sus participantes y el cuidado y disminución de los impactos ambientales.

Una empresa responsable no solo otorga beneficios, también los adquiere, el más representativo es la creación de sólidas estructuras empresariales que generen mejora continua, eficiencia y productividad en los procesos operativos reduciendo el impacto ambiental, el uso de materia prima y energía; lo que implica un ahorro de costos. Además, mejora las condiciones laborales, consiguiendo motivación en sus empleados y fidelidad por parte de sus clientes.

El compromiso de una empresa por cumplir con las leyes, normas y reglamentos vigentes, determina la transparencia con la que pretende ejercer sus operaciones; lo que da lugar al cumplimiento de uno de los siete principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Desde esta perspectiva, Chova del Ecuador S.A. cumple con este principio; al contar con certificaciones que garantizan el cumplimiento de normas de producción y cuidado del Medio Ambiente. Por lo tanto se puede afirmar que la empresa practica los principios fundamentales de Responsabilidad Social: Rendición de Cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a las normativas internacionales de comportamiento y respeto por los derechos humanos.

Según los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad del barrio Cashapamba, se obtuvo información relevante que permite estructurar planes de acción a favor de establecer una relación proactiva entre la comunidad y la empresa. Generalmente la visión que tiene la comunidad de la empresa es positiva, por lo tanto se puede decir que Chova del Ecuador S.A. es responsable social y ambientalmente con su comunidad; sin embargo es necesaria más participación por parte de la empresa.

No existe una relación directa por parte de la empresa con la Comunidad del barrio Cashapamba, de tal manera que la empresa desconoce los requerimientos de los moradores.

En cuanto a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta vía telefónica a los clientes de la empresa Chova del Ecuador S.A., se ha logrado identificar que existe una relación proactiva entre las partes. Esto representa ventajas para la empresa de tal manera que ha conseguido fidelización por parte de sus clientes, su imagen es positiva y sus productos son distribuidos a nivel nacional por la calidad con la que estos cuentan.

La encuesta aplicada a los trabajadores, permitió determinar la importancia que tiene para ellos que una empresa tome en cuenta normas, reglamentos y declaraciones que abalen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales.

Por otro lado, se identificó que la empresa posee problemas con la comunicación interna; por lo tanto se requirió incluir en los planes de acción estrategias de comunicación que permitan transmitir el mensaje de manera efectiva tomando en cuenta la intelectualidad del receptor.

Chova del Ecuador S.A. cuenta con una Filosofía de Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo no tiene estructurado un programa que permita la implementación de actividades que satisfagan los intereses de los participantes que forman parte de su giro de negocio.

RECOMENDACIONES

- De ser implementada la propuesta por parte de la empresa Chova del Ecuador S.A., se recomienda que su ejecución empiece desde el mes de Enero con el fin de cumplir equilibradamente con todas las actividades mencionadas en los planes de acción.
- Para que la implementación de un modelo de Responsabilidad Social genere beneficios tanto para los participantes como para la empresa, se debe realizar evaluaciones constantes sobre los resultados obtenidos con las actividades propuestas; para ello se deberá hacer retroalimentación de estos procesos.
- Es necesario que se conciba la idea de formar un departamento de Responsabilidad Social Empresarial, el cual será el encargado de planificar, estructurar y controlar las actividades sociales que la empresa pretenda realizar con sus grupos de interés.
- Para que la comunicación interna y externa no pierda efectividad, se recomienda utilizar los medios de comunicación más adecuados, para ello es necesario evaluar el tipo de mensaje que se pretende dar y al público que va dirigido. Es así que se recomienda tomar en cuenta el plan de socialización, donde se especifican los canales de comunicación para cada público, los mismos que fueron obtenidos en las encuestas realizadas.
- Se recomienda a la empresa Chova del Ecuador S.A. establecer una relación más directa con su comunidad y trabajadores, en la que las dos partes conozcan sobre los intereses que poseen procurando que exista un ambiente de confianza y colaboración mutua.

LISTA DE REFERENCIAS

- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS*. ((s.f)). Obtenido de Recuperado de http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul
- ADITEC. ((s.f)). *Aditec Ecuatoriana*. Recuperado el 23 de 07 de 2014, de Recuperado de <http://www.aditec-ec.com/>
- Berro, M., Romano, C., & Menéndez, W. (2013). *Participación ciudadana y Contraloría Social. Guía didáctica*. España: Tamburini REC.
- Cajiga Calderón, J. F. ((s.f)). *Centro Mexicano para la Filantropía: Cemefi*. Recuperado el 26 de 05 de 2014, de Recuperado de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cemefi.org%2Fesr%2Fimagenes%2Fstories%2Fpdf%2Fesr%2Fconcepto_esr.pdf&ei=5A68U7KXGefJsASdhIDQCg&usq=AFQjCNHRUNJqJknCW-iC1RRTkPz
- CERES Organización Internacional. ((s.f)). *Los Principios de Valdéz*. Recuperado el 23 de 07 de 2014, de Recuperado de: <http://ecologia.unibague.edu.co/fprinci.pdf>
- CHOVA DEL ECUADOR S.A. (s.f.). *Imptek*. Recuperado el 16 de 06 de 2014, de Recuperado de: <http://www.imptek.com/index.php/certificaciones-sello-hace-bien>
- Cordero Salas, P., & Sepúlveda, S. (2012). *Sistemas de Gestión Medioambiental: Las Normas ISO 14000*. Serie Cuadernos Técnicos/ IICA, no. 21.
- Duron Esquivel, G. (Junio de 2004). *Gestiopolis*. Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/canales2/gerencia/1/planaccion.htm>
- eForética. (2014). *Estándares: SGE21*. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de Recuperado de <http://foretica.org/conocimiento-rse/estandares/sge-21>
- Enríquez Palomino, A., & Sánchez Rivero, J. M. (2007). *OSHAS 18001:2007 Interpretación, Aplicación y Equivalencias Legales*. Madrid - España: FUNDACIÓN CONFEMETAL.
- FAO. ((s.f)). *Certificación SA 8000*. Recuperado el 02 de Junio de 2014, de Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>
- Farré, A., & Masllorens, X. (2007). *Los Objetivos del Milenio: no valen excusas*. Barcelona - España: Gyersa.
- Fernández García, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Club Universitario.

Geocities. (26 de 02 de 2000). *Normas de la serie ISO 14000*. Recuperado el 27 de 07 de 2014, de Recuperado de: <http://www.oocities.org/eco14000/serie.html>

Gómez, M., & Rave, M. (Octubre de 2008). *Referentes y Antecedentes de la Gestión Ambiental Empresarial*. Obtenido de Recuperado de: <http://gaereferentes.blogspot.com/>

INGECAL. (02 de 03 de 2011). *RS: Responsabilidad Social – Modelos de aplicación*. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de Recuperado de <http://ingecal.cat/wp-content/uploads/2011/04/Parte-9-SA-8000.pdf>

INSTITUTO ETHOS. ((s.f)). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de Recuperado de: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf

Kotler, P., & Trías De Bes, F. (2004). *Marketing Lateral*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.

Leigh, R. ((s.f)). *eHOW en Español*. Recuperado el 07 de Julio de 2013, de Recuperado de: http://www.ehowenespanol.com/tres-tipos-sistemas-marketing-vertical-info_181387/

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). (M. E. Salinas Ortiz, Trad.) PEARSON EDUCATION.

Mendive, D. (1999). Obtenido de FUNDACIÓN PROHUMANA: Recuperado de: http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=2040&Itemid=91

Mercared Sostenible. (2014). *mercaredsostenible.com*. Obtenido de Recuperado de: <http://www.mercaredsostenible.com/como-nace-el-concepto-de-responsabilidad-social-y-ambiental.html>

Moneris, A. (15 de noviembre de 2006). *Conceptos estratégicos clave en menos de 100 palabras*. Recuperado el 13 de enero de 2015, de <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>

Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid - España: ESIC EDITORIAL.

Online Browsing Platform (OBP). (2010). *ISO 26000:2010*. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Organización Internacional del Trabajo. ((s.f)). *Normas del Trabajo*. Recuperado el 27 de 07 de 2014, de Recuperado de: <http://ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang--es/index.htm>

Palomino, A. E., & Sánchez Rivero, J. M. (2008). *OHSAS 18001: 2007. Interpretación, aplicación y equivalencias legales*. Madrid: Fundación Confemetal

Pesendorfer, L. (2013). *Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana*. Obtenido de Recuperado de: <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial- Modelos de Gestión*. Recuperado el 29 de 11 de 2014, de Recuperado de: http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Modelo_de_gestion_de_RSE.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2012). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Recuperado el 24 de 07 de 2014, de Recuperdad de: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/mdgoverview/>

Reyno Momberg, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Como Ventaja Competitiva*.

Roman G. Hiebing, J., & Cooper, S. W. (1992). *Cómo preparar el exitoso plan de Mercadotecnia* (Primera ed.). (M.-H. I. C.V., Trad.) México, DF.: Multidiseño Gráfico Oaxaca No. 1.

Rueda Borrego, M. E. (2011). *Ley de responsabilidad medioambiental y norma UNE150008:2008 de análisis y evaluación del riesgo ambiental*. Andalucía - España: INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN, S.L. .

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT. (18 de Diciembre de 2007). *El Pacto Mundial*. Recuperado el 02 de Junio de 2014, de Recuperado: <http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish>

Universidad Tecnológica Federal de Paraná - UTFPR. (2006). *SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: RETOS PARA CERTIFICACIÓN NBR 16001*. Recuperado el 05 de 12 de 2014, de Recuperado de http://www.ngs.ufsc.br/wp-content/uploads/2010/05/SORATTO_ETAL_2006.pdf

University of Minnesota. (13 de Agosto de 2003). *Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos*. Recuperado el 02 de Junio de 2014, de Recuperado: <http://www1.umn.edu/humanrts/links/Snorms2003.html>

ANEXOS

Anexo 1. Certificación ISO 9001:2008

Certificate EC08/2175
The management system of

CHOVA DEL ECUADOR S.A.

Sangolquí, Km. 1 vía a Pifo
Quito, Ecuador

has been assessed and certified as meeting the requirements of

ISO 9001:2008

For the following activities

Diseño y manufactura y venta de productos para el sector de la construcción como membranas asfálticas, revestimientos asfálticos y acrílicos, y conductores de agua lluvia; para el sector vial como emulsiones asfálticas, mezclas asfálticas, asfaltos modificados y otros productos para la industria automotriz.

Design, manufacture and sale of products for the construction sector like asphalt membranes, asphalts and acrylic coatings, and rainwater conductors; for the pavement and road sector like asphalt mixes, modified asphalts; and other products for the automotive industry.

Further clarifications regarding the scope of this certificate and the applicability of ISO 9001:2008 requirements may be obtained by consulting the organisation

This certificate is valid from 5 December 2010 until 5 December 2013 and remains valid subject to satisfactory surveillance audits.
Re certification audit due before 6 August 2013
Issue 2. Certified since 6 December 2007

Authorised by

SGS United Kingdom Ltd Systems & Services Certification
Rossmore Business Park Ellesmere Port Cheshire CH65 3EN UK
t +44 (0)151 350-6666 f +44 (0)151 350-6600 www.sgs.com

SGS 9001-8 01 1108

Page 1 of 1

This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Certification Services accessible at www.sgs.com/terms_and_conditions.htm. Attention is drawn to the limitations of liability, indemnification and jurisdictional issues established therein. The authenticity of this document may be verified at http://www.sgs.com/certified_clients.htm. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law.

Fuente: (CHOVA DEL ECUADOR S.A.)

Anexo 2. Sello Hace Bien




CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DEL PROTOCOLO (CCP)
Certificado No. CERT-HB-101

> Empresa **CHOVA DEL ECUADOR S.A**

> Dirección **Sangolquí Km 1 Vía Pifo (Quito - Ecuador)**

Ha sido evaluado y certificado de acuerdo con los Requisitos del Protocolo del Sello HACE BIEN.

Para las siguientes actividades: Alcance _____

CERTIFICACIÓN DEL PROTOCOLO DEL SELLO HACE BIEN PARA LA PLANTA INDUSTRIAL DE CHOVA DEL ECUADOR S.A.

Fecha de emisión: **22 de Dic. 2011** Fecha de validez: **22 de Dic. 2014**


Eco. Jorge Sánchez
Auditor Líder


Ing. Fernando Acurio
Gerente General

La validez de este certificado es a condición de satisfacer las auditorías de mantenimiento de los requisitos vigentes del protocolo del Sello HACE BIEN


una división de **ACURIO & ASOCIADOS**
Acurio & Asociados designado como Organismo de Certificación para la emisión de Certificados de cumplimiento de los requisitos de los Protocolos de los Sellos HACE BIEN / HACE MEJOR - Mipro Resolución 11-005- designación SC- 11- 001.

Fuente: (CHOVA DEL ECUADOR S.A.)

Anexo 3. Clientes de la empresa Chova del Ecuador S.A.

AZUAY	
SIMAC	Héroes de Verde Loma 881 y Luis Cordero. CUENCA (07) 2842-331 (07) 2827-639 simaccuenca@yahoo.com
	Av. Diez de Agosto y Roberto Crespo Esq. CUENCA (07) 2810-637 simaccuenca@yahoo.com
CHIMBORAZO	
TECHOS DE RIOBAMBA	Daniel León Borja 4163 y Duchicela. RIOBAMBA 03-2960-042 lopezj@q.ecua.net.ec
TPC RIOBAMBA	Canónigo Ramos y Saint Amand Montrond. Sector los Alamos 2, manzana C, casa 2. RIOBAMBA (03) 2607 672 www.tpcecuador.com.ec
EL ORO	
TPC MACHALA	Calle Raquel Ugarte de Cevallos esq. (07)-3906-310 www.tpcecuador.com.ec
ESMERALDAS	
BUCHELI Y CIA.	Sucre 614 Y Manuela Cañizares. ESMERALDAS (06)-2723-698 paburi@hotmail.com
GUAYAS	
CODIMAT S.A.	Urbanización Girasol Solar 13-3 Manzana 100. GUAYAQUIL (04)-6016-340 codimatsa@hotmail.com
JOHNNY ANTONIO ASTUDILLO ROMERO	Lomas de Urdesa Callejón Cucalón 2312 Y Colinas. GUAYAQUIL (04)-2883-051 manel@gye.satnet.net
REPRESENTACIONES INDUSTRIALES C. LTDA. RINDA	Rocafuerte 713 Entre Orellana e Imbabura. GUAYAQUIL (04)-2381-181 maiteiturralde@hotmail.com
PROMESA PRODUCTOS METALURGICO S S.A.	Km 5.5 Vía A Daule. GUAYAQUIL (04)-6001-000 gllaguno@promesa.com.ec
CODICONSTRU S.A.	Urbanización Girasol Solar 9. GUAYAQUIL (04)-6016-340 codimatsa@hotmail.com
TPC Guayaquil	Cdla Naval Norte, Mz5, Villa 2 y 3. GUAYAQUIL (04)-2296-101 / (04)-2296-099 www.tpcecuador.com.ec
Félix Ernesto Rendón Lara	Acuarela del Rio Mz 15 Solar 11. GUAYAQUIL (04)-6015-534 felix_rendon@yahoo.com
IMBABURA	
ADECCO	Sánchez y Cifuentes 17-47 y Avenida Teodoro Gómez De La Torre. IBARRA 06-2610-431

	joadeco@hotmail.com
LOJA	
PATZY CECILIA VILLA VICENCIO	Sucre 10102 y Azuay , LOJA (07) 2584-935 / (07) 2572-881 mburneoz@gmail.com
LOS RÍOS	
WILLIAM FONG WG	Calle 7 de Octubre 817 – 821 y la Novena. QUEVEDO (07) 2750540 / (07) 2752577 / (07)2753712
MANABÍ	
LAMINTECH MANTA	Dir: Via Circunvalación -frente a la gas caballo de Troya (PRIMAX). MANTA Tel: (05) 3 900 604 – 098 9368 532 Info@laminasytechos.com / spenafiel@laminasytechos.com / gmafla@laminasytechos.com www.laminasytechos.com
PICHINCHA	
ECUAROOFFING CÍA. LTDA.	Avenida América N34-507 Y Hernández de Girón. QUITO (02)-2443-851 egarzon@ecuaroofting.com www.ecuaroofting.com
HIDROASIST S.A.	Ulloa 33-31 Y Avenida República. QUITO (02)-2245-621 hidroasi@uio.satnet.net www.hidroasist.com
IMPERTECO.	Avenida 10 De Agosto N44-76 Y Avenida El Inca. QUITO (02)-2245-974 impertecochova@hotmail.com
LAMINTECH CÍA. LTDA.	Dir: Av. Interoceánica Km 11,5 y Psje. La Praga (junto al CC Scala Shopping) Tel: 2892 254 — 2892 461- 0999 736 585 (M)- 098 858 1946 Info@laminasytechos.com / gmafla@laminasytechos.com www.laminasytechos.com
TECNOLOGÍAS Y PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN N TPC CIA. LTDA.	Avenida Gral Rumiñahui Entre 9na Y 10ma Transversal. SANGOLQUI (02)-2865-059 lperalvo@tpcecuador.com www.tpcecuador.com.ec
TPC FLORESTA	Valladolid 11-20 Y Francisco Salazar. QUITO (02)-2547-847 lsalvador@tpcecuador.com www.tpcecuador.com.ec
TPC PONCIANO	AVENIDA MARISCAL SUCRE N 71-936. SANGOLQUI (02) 2800-995 / (02) 280-8056 rnunez@tpcecuador.com www.tpcecuador.com.ec
TPC TUMBACO	Av. Interoceánica y Eloy Alfaro. QUITO 02-2378-704 soquendo@tpcecuador.com www.tpcecuador.com.ec

TPC QUITUMBE	Av Quitumbe Ñan S33 – 37. QUITO (02)-2911-276 avaca@tpcecuador.com www.tpcecuador.com.ec
IMPERMEABILIZACIÓN & ACABADOS	Corazón E2-131 Y Avenida Napo. QUITO (02)-2616-867 xhflores@andinanet.net
PROARQ	Alemania E29-69 y los Ángeles. QUITO (02)-2521-221 fhermosa@proarq.com
COMERCIAL KYWI S.A.	Av. Eloy Alfaro y Avigiras (02)-2403-591 / (02)-2403-592 / (02)-2403-593 apvpatricia@kywi.com.ec www.kywi.com
SANTO DOMINGO	
PROTECHOS	Av. Tsafiqui (Anillo Vial) y Tulcán Lote 14. STO. DOMINGO (02) 2742-709 (02) 2851-150 protechos_ec@yahoo.com
TUNGURAHUA	
EL TEJADO	Av. Rodrigo Pachano AMBATO (03) 2822643 (03) 2821612
ORO SOLIDO	Túpac Yupanqui 796. AMBATO (03) 2420-478
MEGAPROFER	Panamericana Sur Km 6-1/2 Vía a Riobamba (02) 23401532 (02) 23401669 www.megraprofer.com

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

Anexo 4. Encuesta dirigida a la comunidad del barrio Cashapamba

 <p>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD DEL BARRIO CASHAPAMBA</p>	
<p>OBJETIVO: Identificar los aspectos más significativos de responsabilidad social empresarial de la Empresa Chova del Ecuador S.A, de acuerdo a la perspectiva de la sociedad.</p>	
<p>DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Es el compromiso que una empresa adquiere al ejercer sus actividades operacionales, tomando en cuenta los intereses y opiniones de cada uno de sus participantes: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, comunidad, gobierno y medio ambiente.</p>	
<p>Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por las estudiantes.</p>	
<p>INSTRUCCIONES: Marque con una X el casillero de la respuesta a elegir.</p>	
<p>DATOS INFORMATIVOS:</p> <p>GÉNERO:</p> <p>Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>Masculino <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>EDAD:</p> <p>18-25 <input type="checkbox"/> 26-33 <input type="checkbox"/> 34-41 <input type="checkbox"/></p> <p>42- 49 <input type="checkbox"/> 50-57 <input type="checkbox"/> 58-64 <input type="checkbox"/></p> <p>65 en adelante <input type="checkbox"/></p>
<p>1. ¿Estaría usted de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales?</p> <p>1. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p>	
<p>2. ¿La Empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social y ambiental?</p> <p>1. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p>	
<p>3. ¿Cuál considera que es la acción más importante que debería realizar Chova del Ecuador para ser responsable social y ambientalmente con su comunidad?</p> <p>1. Apoyar actividades de servicio comunitario para el sector. <input type="checkbox"/></p> <p>2. Realizar campañas educativas y de concientización social y ambiental con la comunidad. <input type="checkbox"/></p>	
<p>4. ¿Qué mecanismo considera que es más efectivo para comunicar la responsabilidad social y ambiental de Chova del Ecuador S.A.?</p> <p>1. Medios sociales de información cotidiana: Prensa, radio, televisión <input type="checkbox"/></p> <p>2. Medios de entretenimiento: Internet, redes sociales <input type="checkbox"/></p>	
<p>5. ¿De ser informado de proyectos que Chova del Ecuador desee implementar, usted como comunidad colaboraría con estos?</p> <p>1. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p> <p>(Si su respuesta es afirmativa continúe con la pregunta No. 6 caso contrario agradecemos su colaboración)</p>	
<p>6. ¿De qué forma colaboraría usted con el desarrollo de los proyectos sociales y ambientales de Chova del Ecuador S.A.?</p> <p>1. Mano de Obra <input type="checkbox"/></p> <p>2. Colaboración con los gastos <input type="checkbox"/></p> <p>3. Donación de materiales o herramientas <input type="checkbox"/></p> <p>4. Aporte de ideas <input type="checkbox"/></p>	
<p>¡Agradecemos su colaboración!</p> <p>Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación</p>	

Anexo 5. Encuesta dirigida a los clientes de Chova del Ecuador S.A.

 <p>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE CHOVA DEL ECUADOR</p>	
<p>OBJETIVO: Identificar los aspectos más significativos de responsabilidad social empresarial de la Empresa Chova del Ecuador S.A, de acuerdo a la perspectiva de sus clientes.</p>	
<p>DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Es el compromiso que una empresa adquiere al ejercer sus actividades operacionales, tomando en cuenta los intereses y opiniones de cada uno de sus participantes: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, comunidad, gobierno y medio ambiente.</p>	
<p>Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por los estudiantes.</p>	
<p>INSTRUCCIONES: Marque con una X el casillero de la respuesta a elegir.</p>	
<p>DATOS INFORMATIVOS:</p> <p>GÉNERO:</p> <p>Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>Masculino <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>EDAD:</p> <p>18-25 <input type="checkbox"/> 26-33 <input type="checkbox"/> 34-41 <input type="checkbox"/></p> <p>42- 49 <input type="checkbox"/> 50-57 <input type="checkbox"/> 58-64 <input type="checkbox"/></p> <p>65 en adelante <input type="checkbox"/></p>
<p>2. ¿Estaría usted de acuerdo con que las empresas ecuatorianas adopten medidas que garanticen el respeto por los derechos humanos, laborales y ambientales?</p> <p>2. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p>	
<p>7. ¿La Empresa Chova del Ecuador S.A. practica responsabilidad social y ambiental?</p> <p>2. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p>	
<p>8. ¿Qué tan importante es para usted adquirir productos elaborados con responsabilidad social y ambiental?</p> <p>3. Importante <input type="checkbox"/></p> <p>4. Poco importante <input type="checkbox"/></p> <p>5. Nada importante <input type="checkbox"/></p>	
<p>9. ¿Los productos que ofrece Chova del Ecuador S.A. cumplen con sus expectativas?</p> <p>a. SI <input type="checkbox"/> b. NO <input type="checkbox"/></p>	
<p>10. ¿Qué mecanismo considera que es más efectivo para comunicar la responsabilidad social y ambiental de Chova del Ecuador S.A.?</p> <p>a. Medios sociales de información cotidiana: Prensa, radio, televisión <input type="checkbox"/></p> <p>b. Medios de entretenimiento: Internet, redes sociales <input type="checkbox"/></p>	
<p>¡Agradecemos su colaboración!</p>	

Elaborado por: Autoras del trabajo de titulación

Anexo 7. Estado de Resultados año 2013 Chova del Ecuador S.A.

**CHOVA DEL ECUADOR S.A.
ESTADO DE RESULTADOS
AÑO 2013**

41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	13,288,866.92
4101	VENTA DE BIENES	14,223,301.74
4106	INTERESES	0.00
4110	(-) DESCUENTO EN VENTAS	-539,977.63
4111	(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	-394,457.19
42	GANANCIA BRUTA --> SUBTOTAL A (41 - 51)	4,688,331.14
43	OTROS INGRESOS	90,623.88
4302	INTERESES FINANCIEROS	533.67
4305	OTRAS RENTAS	90,090.21
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	8,600,535.78
5101	MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	7,287,838.34
510105	(+) INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	1,172,572.29
510106	(+) COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA	4,514,902.96
510107	(+) IMPORTACIONES DE MATERIA PRIMA	2,528,483.42
510108	(-) INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA	-919,012.47
510109	(+) INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	54,160.39
510110	(-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	-124,648.43
510111	(+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERMINADOS	838,636.27
510112	(-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	-777,256.09
5102	(+) MANO DE OBRA DIRECTA	340,057.50
510201	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	294,719.32
510202	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	45,338.18
5103	(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	169,749.72
510301	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	147,849.08
510302	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	21,900.64
5104	(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	802,890.22
510401	DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	210,191.37
510406	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	190,558.82
510407	SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	47,475.63
510408	OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	354,664.40
52	GASTOS	2,900,728.56
5201	GASTOS	1,760,193.20
520101	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	295,788.61
520102	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE RESERVA)	59,101.96
520103	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	31,766.38

520104	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	5,099.35
520105	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	171,948.54
520108	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	16,801.70
520110	COMISIONES	46,664.99
520111	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	578,722.76
520112	COMBUSTIBLES	1,782.18
520114	SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	8,556.76
520115	TRANSPORTE	337,759.58
520116	GASTOS DE GESTIÓN (AGASAJOS A ACCIONISTAS, TRABAJADORES Y CLIENTES)	13,178.68
520117	GASTOS DE VIAJE	69,073.81
520118	AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	5,623.64
520121	DEPRECIACIONES	479.63
52012101	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	479.63
520122	AMORTIZACIONES	275.58
52012202	OTROS ACTIVOS	275.58
520123	GASTO DETERIORO	0.00
520124	GASTOS POR CANTIDADES ANORMALES DE UTILIZACIÓN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	0.00
520128	OTROS GASTOS	117,569.05
5202	GASTOS	1,006,751.52
520201	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	112,388.67
520202	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE RESERVA)	22,604.85
520203	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	12,430.02
520204	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADO	7,785.08
520205	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	158,305.91
520208	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	11,390.00
520209	ARRENDAMIENTO OPERATIVO	10,472.29
520214	SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	3,893.16
520215	TRANSPORTE	669.94
520216	GASTOS DE GESTIÓN (AGASAJOS A ACCIONISTAS, TRABAJADORES Y CLIENTES)	5,833.05
520217	GASTOS DE VIAJE	24,382.68
520218	AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	14,258.08
520220	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	40,745.62
520221	DEPRECIACIONES	146,813.13
52022101	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	146,813.13
520222	AMORTIZACIONES	157.17
52022202	OTROS ACTIVOS	157.17
520223	GASTO DETERIORO	5,327.37
52022302	INVENTARIOS	5,327.37
520224	GASTOS POR CANTIDADES ANORMALES DE UTILIZACIÓN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	0.00

520228	OTROS GASTOS	429,294.50
5203	GASTOS FINANCIEROS	120,077.72
520301	INTERESES	44,126.31
520304	DIFERENCIA EN CAMBIO	35,428.17
520305	OTROS GASTOS FINANCIEROS	40,523.24
5204	OTROS GASTOS	13,706.12
520402	OTROS	13,706.12
	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A	
60	TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES CONTINUADAS --> SUBTOTAL B (A + 43 - 52)	1,878,226.46
61	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	281,733.97
62	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS --> SUBTOTAL C (B - 61)	1,596,492.49
63	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	265,134.15
	GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES	
64	CONTINUADAS ANTES DEL IMPUESTO DIFERIDO --> SUBTOTAL D (C - 63)	1,331,358.34
	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A	
73	TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL E (71 - 72)	0.00
	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS DE	
75	OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL F (E - 74)	0.00
77	GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL G (F - 76)	0.00
79	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO --> SUBTOTAL H (D + G)	1,331,358.34
81	COMPONENTES DEL OTRO RESULTADO INTEGRAL	0.00
82	RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO --> SUBTOTAL I (H + 81)	1,331,358.34
90	GANANCIA POR ACCIÓN (SOLO EMPRESAS QUE COTIZAN EN BOLSA)	0.00
9001	GANANCIA POR ACCIÓN BÁSICA	0.00
9002	GANANCIA POR ACCIÓN DILÚIDA	

Fuente: (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS, (s.f))