

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERA E INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:
DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
(RSE) PARA LA EMPRESA PRODUBEL CÍA. LTDA., DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CAPILARES DE LA MARCA
SCHWARZKOPF PROFESSIONAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO.**

**AUTORES:
LORENA PAOLA HERNÁNDEZ CEDEÑO
PABLO FERNANDO MORALES SILVA**

**DIRECTOR:
PEDRO PABLO COLLAGUAZO GUZMÁN**

Quito, junio de 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 y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, junio de 2015

Lorena Paola Hernández Cedeño

C.I. 1720876406

Pablo Fernando Morales Silva

C.I. 1717050148

DEDICATORIA

Mi dedicatoria especial a Dios por bendecir mi vida, a mis padres quienes me dieron la vida, por el esfuerzo, comprensión y apoyo incondicional en cada momento de mi vida. A mi esposo quien me brindó su cariño, comprensión y me alentó a seguir adelante para conseguir nuestra meta. A mis hijos Anaheli y Emiliano, quienes son mi motivación en mi vida.

Lorena Paola Hernández Cedeño

Esta tesis va dedicada a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto dándome salud para lograr mis objetivos; a mi madre, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por su apoyo y amor incondicional, a mi esposa e hijos, quienes son los motores que me impulsan a seguir escalando y obtener nuevos logros; y, una dedicatoria eterna para ti papá que fuiste un ejemplo a seguir te admiro y te admiraré por siempre.

Pablo Fernando Morales Silva

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana por formarnos profesionalmente, a cada uno de los docentes de nuestra carrera quienes compartieron sus conocimientos y anécdotas; y a nuestro director de tesis por su acertada guía durante la realización del presente trabajo académico.

Nuestros sinceros agradecimientos a la empresa Produbel, quien con su apoyo desinteresado, nos brindó la apertura necesaria para realizar nuestra investigación.

Agradecemos también a todas las personas que de una u otra manera aportaron al desarrollo de nuestro trabajo de grado.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
MARCO TEÓRICO	2
1.1 Antecedentes e historia de la (RSE).....	2
1.2 Evolución de la (RSE).....	4
1.3 Base teórica de responsabilidad social empresarial (RSE)	6
1.3.1 Concepto de (RSE).....	6
1.4 Importancia de la (RSE).....	7
1.5 Factores y acciones de la (RSE).....	7
1.6 Ventajas y desventajas de aplicar (RSE).....	8
1.6.1 Ventajas de la (RSE)	8
1.6.2 Desventaja de la (RSE).....	9
1.7 Grupos de interés (stakeholders).....	10
1.7.1 Concepto de grupos de interés.....	10
1.7.2 Clasificación de los grupos de interés	10
1.7.3 Tipos de grupos de interés.....	11
1.7.4 El diálogo con los grupos de interés.....	12
1.8 La responsabilidad social empresarial en las pymes.....	14
1.9 Sistemas de gestión para el desarrollo adecuado de la (RSE).....	15
1.9.1 Instituto ETHOS.....	15
1.9.2 El Global Reporting Initiative (GRI).....	16
1.9.2.1 Memoria de sostenibilidad.....	17
1.9.2.2 Esquema del (GRI)	18
1.9.2.3 Principios del (GRI).....	19
1.9.2.4 Materialidad del (GRI) G4 en la (RSE)	20
1.9.3 ISO 26000.....	20
1.9.4 El Pacto Global.....	21
1.10 Regulación sobre la (RSE) en el Ecuador	23
1.10.1 Constitución de la República del Ecuador	23
1.10.2 Código de la producción del ministerio de coordinación, de la producción empleo y competitividad	24
1.10.3 Normativa del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	24

CAPÍTULO 2.....	26
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1 Planteamiento del problema.....	26
2.2 Formulación y sistematización.....	26
2.2.1 Formulación.....	26
2.2.2 Sistematización.....	27
2.3 Objetivos de la investigación	27
2.3.1 Objetivo general	27
2.3.2 Objetivos específicos.....	27
2.4 Justificación del proyecto.....	27
2.4.1 Justificación práctica	27
2.4.2 Justificación teórica	29
2. 5 Diseño de la investigación	29
2.5.1 Tipo de investigación	29
2.5.2 Métodos de investigación	30
2.5.3 Técnicas de recolección de datos a ser utilizadas en la investigación.....	30
2.5.4 Fuentes de información	31
2.5.5 Etapas de la investigación	31
2.5.6 Determinación de la población y muestra para la investigación	32
2.5.6.1 Tamaño de la muestra	32
2.5.6.2 Cálculo de la muestra.....	33
2.6 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los propietarios de Produbel Cía. Ltda.	34
2.7 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los colaboradores de Produbel Cía. Ltda.	35
2.8 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a las peluquerías de Produbel Cía. Ltda.	36
2.9 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los proveedores de Produbel Cía. Ltda.	37

CAPÍTULO 3..... 38

PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 38

3.1 Análisis situacional de Produbel Cosmética Comercial Cía. Ltda.....	38
3.1.1 Antecedentes	38
3.1.1.1 Historia de Produbel Cía. Ltda	38
3.2 Filosofía corporativa	39
3.2.1 Misión.....	39
3.2.2 Visión	39
3.2.3 Valores empresariales.....	40
3.2.4 Organigrama estructural	41
3.3 Ubicación de oficina Produbel	42
3.4 Productos y servicios	42
3.4.1 Productos comercializados	42
3.5 Determinación del ciclo de vida de Produbel	44
3.6 Identificación de los grupos de interés de Produbel.....	46
3.6.1 Grupos de interés internos	47
3.6.1.1 Propietarios	47
3.6.1.2 Colaboradores	47
3.6.2 Grupos de interés externos	48
3.6.2.1 Proveedores.....	48
3.6.2.2 Comunidad y sociedad.....	50
3.6.2.3 Clientes	50
3.6.2.4 Competencia	51
3.7 Análisis situacional y diagnóstico de Produbel frente a la (RSE).....	51
3.7.1 Diagnóstico inicial de la empresa.....	51
3.7.1.1 Síntesis de la entrevista realizada	52
3.7.1.2 Síntesis de las encuestas realizadas	53
3.7.2 Metodología aplicada para el plan de (RSE).....	53
3.7.2.1 Valores, transparencia y gobierno corporativo	56
3.7.2.2 Proveedores.....	59
3.7.2.3 Público Interno.....	61
3.7.2.4 Medio ambiente	67
3.7.2.5 Consumidores / clientes	70
3.7.2.6 Comunidad.....	73
3.7.2.7 Gobierno y sociedad	75
3.7.3 Calificación e interpretación de resultados.....	78

3.7.4 Determinación del análisis FODA de Probubel	81
3.8 Acciones de (RSE) para Produbel.....	82
3.8.1 Priorización de acciones de (RSE) para Produbel.....	83
3.8.2 Acciones para el medio ambiente.....	83
3.8.3 Acciones para la comunidad.....	84
3.8.4 Acciones para el público interno	84
3.8.5 Acciones de valores transparencia y gobierno corporativo.....	85
3.8.6 Acciones para los consumidores y clientes	85
3.8.7 Acciones para el gobierno y sociedad	85
3.8.8 Acciones para los proveedores	86
3.9 Plan de (RSE) para Produbel.....	86
3.9.1 Presupuesto del plan de (RSE)	98
3.10 Comunicación del plan de (RSE).....	100
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES.....	103
LISTA DE REFERENCIAS	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. La cronología de la (RSE) en el mundo y en el Ecuador.....	3
Tabla 2. Evolución de la (RSE).....	4
Tabla 3. Factores y acciones de la (RSE).....	7
Tabla 4. Beneficios y ventajas de la (RSE).....	8
Tabla 5. Tipos de grupos de interés..	11
Tabla 6. Principios del Pacto Mundial..	23
Tabla 7. Tabulación de las encuestas realizadas a los propietarios.....	34
Tabla 8. Tabulación de las encuestas realizadas a los colaboradores..	35
Tabla 9. Tabulación de las encuestas realizadas a las peluquerías..	36
Tabla 10. Tabulación de las encuestas realizadas a los proveedores..	37
Tabla 11. Colaboradores de Produbel..	47
Tabla 12. Metodología del instituto Ethos.....	54
Tabla 13. Indicador compromisos éticos ..	56
Tabla 14. Indicador cultura organizacional.....	57
Tabla 15. Indicador gobierno corporativo.....	58
Tabla 16. Indicador relaciones con la competencia ..	58
Tabla 17. Indicador balance social ..	59
Tabla 18. Indicador criterios de selección y evaluación de proveedores ..	59
Tabla 19. Indicador trabajo infantil en la cadena de proveedores.....	60
Tabla 20. Indicador relaciones en las cadenas de proveedores ..	60
Tabla 21. Indicador salud, seguridad y condiciones laborales.....	61
Tabla 22. Indicador valoración de diversidad ..	62
Tabla 23. Indicador compromiso con el desarrollo profesional.....	62
Tabla 24. Indicador gestión participativa.....	63

Tabla 25. Indicador relaciones con sindicatos	63
Tabla 26. Indicador política de remuneración y beneficios	64
Tabla 27. Indicador compromiso con el desarrollo infantil	64
Tabla 28. Indicador clima laboral	65
Tabla 29. Indicador compromiso con el futuro de los niños.....	65
Tabla 30. Indicador comportamiento de despidos	66
Tabla 31. Indicador plan de retiro	66
Tabla 32. Indicador relaciones con los colaboradores tercerizados.....	67
Tabla 33. Indicador el medioambiente como compromiso empresarial	67
Tabla 34. Indicador prácticas de cuidado del medio ambiente	68
Tabla 35. Indicador impacto medioambiental.....	69
Tabla 36. Indicador sustentabilidad de la economía forestal	69
Tabla 37. Indicador minimización de residuos	70
Tabla 38. Indicador consideración de la opinión del cliente.....	70
Tabla 39. Indicador procesos del reclamaciones.....	71
Tabla 40. Indicador marketing y comunicación.....	71
Tabla 41. Indicador conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.....	72
Tabla 42. Indicador política de apoyo a la comunidad	73
Tabla 43. Indicador voluntariado y participación	74
Tabla 44. Indicador financiamiento de proyecto sociales	74
Tabla 45. Indicador relaciones con organizaciones locales	75
Tabla 46. Indicador participación política	75
Tabla 47. Indicador contribución para campañas políticas a organizacional.....	76
Tabla 48. Indicador políticas anticorrupción	76
Tabla 49. Indicador participación en proyectos sociales gubernamentales	77

Tabla 50. Indicador construcción de la ciudadanía.....	77
Tabla 51. Calificación de resultados.....	78
Tabla 52. Interpretación de resultados	81
Tabla 53. Análisis FODA de Probubel	82
Tabla 54. Matriz del plan para el medio ambiente.....	87
Tabla 55. Matriz del plan para la comunidad.....	89
Tabla 56. Matriz del plan para el público interno	91
Tabla 57. Matriz del plan de valores transparencia y gobierno corporativo.....	93
Tabla 58. Matriz del plan para los consumidores /clientes	95
Tabla 59. Matriz del plan para el gobierno y sociedad	96
Tabla 60. Matriz del plan para proveedores.....	97
Tabla 61. Flujo de efectivo (ingresos y egresos) del plan de RSE.....	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Las tres dimensiones de la (RSE)	5
Figura 2. La responsabilidad social empresarial en las pymes	14
Figura 3. Etapas de la investigación.....	32
Figura 4. Organigrama estructural	41
Figura 5. Ubicación de oficina Produbel.....	42
Figura 6. Determinación del ciclo de vida de Produbel	45
Figura 7. Identificación de los grupos de interés de Produbel	46
Figura 8. Proveedores nacionales.....	49
Figura 9. Priorización de acciones de (RSE) para Produbel	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista realizada a los propietarios	106
Anexo 2. Formato de encuesta para propietarios	107
Anexo 3. Formato de encuesta para colaboradores.....	109
Anexo 4. Formato de encuesta para peluquerías.....	111
Anexo 5. Formato de encuesta para proveedores.....	113

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) nace por los cambios económicos, sociales y ambientales, que son resultado de la globalización, los mismos que hacen que las empresas respondan a las exigencias actuales de mercado y de la sociedad. Este proceso conlleva a que se tomen nuevas decisiones de forma voluntaria, bajo las cuales se crea un compromiso con grupos de interés denominados (stakeholders).

La (RSE) está definida por el compromiso ético de las empresas con todos los grupos de interés, con los cuales se relaciona, para ello se debe establecer metas empresariales sustentables, tratando de respetar los recursos ambientales – culturales y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

En el Ecuador recientemente se está dando a conocer el verdadero concepto de la (RSE), debido a que era confundido con el marketing social; describiéndose como una herramienta mediante la cual una empresa se comprometía a colaborar con un proyecto social a cambio de obtener beneficios económicos o de posicionamiento de la imagen en el mercado.

Basado en mejorar las relaciones con los grupos de interés, así como de incrementar la imagen corporativa y reputación de Produbel Cía Ltda., se analizó e implementó una cultura socialmente responsable que establezca impacto sobre los stakeholders, que a mediano o largo plazo dé a la empresa una mayor ventaja competitiva por sobre las organizaciones que operan en el mercado.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is born by economic, social and environmental changes that result from globalization, the same companies that make respond to current market demands and society. This process leads to new decisions voluntarily, under which a commitment denominated interest groups (stakeholders) will be created is taken.

The (CSR) is defined by the ethical commitment of companies with all stakeholders with which it relates, for it must establish sustainable business goals, trying to respect environmental resources - cultural and promoting the reduction of inequalities social.

In Ecuador recently he is revealing the true concept (CSR), because it was confused with social marketing; describing himself as a tool by which a company is committed to working with a social project in exchange for economic or image positioning in the market benefits.

Based on improving relations with stakeholders and increase corporate image and reputation of Produbel Cia Ltda., was implemented the socially responsible culture that sets impact on stakeholders, in the medium to long term give the company a greater competitive advantage over organizations that operate in the market.

INTRODUCCIÓN

El trabajo está enfocado a la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial (RSE) para Produbel Cosmética Comercial Cía. Ltda., empresa ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, dedicada a la comercialización de productos capilares de la marca Schwarzkopf Professional. Actualmente, es importante que las organizaciones independientemente de la actividad económica que realicen, cuenten con un modelo para la gestión de responsabilidad social, de manera que cumplan con aspectos legales, administrativos, sociales y ambientales.

El presente trabajo de grado está conformado por las teorías y generalidades de la responsabilidad social empresarial (RSE), abordando los antecedentes históricos y su evolución, definiciones de conceptos de (RSE), su importancia, las ventajas y desventajas, así mismo señala los sistemas de gestión para el desarrollo de buenas prácticas de (RSE); así como también revela, el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, las técnicas e instrumentos para la recolección de información y la determinación de la muestra para la investigación.

Finalmente, se presenta un análisis situacional de la empresa, los principales hallazgos obtenidos, la propuesta y diseño de estrategias, acciones, metas para la elaboración y sociabilización del plan de (RSE) para Produbel Cía. Ltda.

La investigación del proyecto presenta las pautas para que los propietarios de Produbel Cía. Ltda., puedan desarrollar las bases con respecto al tema y se cumpla el objetivo del estudio, implementar el plan de (RSE) propuesto.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes e historia de la (RSE)

Este capítulo tiene como objetivo presentar el nacimiento, el concepto, importancia, principales marcos regulatorios nacionales e internacionales que sirven de aporte teórico para el desarrollo de la investigación. Se desarrollan las definiciones, teorías y enfoques relacionados a la (RSE), enmarcado con el alcance que conforman los objetivos a desarrollar.

A lo largo del tiempo, varios investigadores han estudiado la importancia de la (RSE), dada la vinculación de la empresa con la sociedad, no solo de factores económicos, sino también, en lo social y ambiental.

Los antecedentes históricos de lo que hoy denominamos (RSE) se remontan a siglos pasados, casi a los propios orígenes de las organizaciones que unificaron el capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque a lo largo de los siglos los abusos sobre los derechos humanos, los trabajadores y el medio ambiente hayan sido notorios (García, 2012, pág. 59).

En la década de los 70 y principios de los 80 como consecuencia de la creciente importancia de las empresas en el ámbito socio-económico, comienza a dar mayor importancia a la (RSE), misma que parte por el rol trascendental que la empresa desempeña en el contexto social y de sus actuaciones; desde la perspectiva de la sociedad.

La cronología de la (RSE) en el mundo y en el Ecuador de acuerdo a Dinámica ubuntu (2014), se describe a continuación:

Tabla 1. Cronología de la (RSE) en el mundo y en el Ecuador

Año	Eventos
Siglo XIX	<ul style="list-style-type: none"> • Primeras acciones documentadas de algunas empresas en beneficio de sus trabajadores.
1945	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
1948	<ul style="list-style-type: none"> • Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU).
1962	<ul style="list-style-type: none"> • Principio de (RSE) Milton Friedman.
1972	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencia de Estocolmo (Medio Ambiente Humano). • Nace el Club Roma "Los Limites del Crecimiento."
1977	<ul style="list-style-type: none"> • Se establece la Ley de Balance Social en Francia.
1987	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (ONU).
1993	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación Ambiental Norma ISO 14000.
1997	<ul style="list-style-type: none"> • Creación del Global Reporting Initiative (GRI). • Se firma el Protocolo de Kioto.
1998	<ul style="list-style-type: none"> • Se crea el Instituto ETHOS en Brasil
1999	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento del Pacto Global (ONU).
2000	<ul style="list-style-type: none"> • Cumbre del Milenio "Metas del Milenio". • La UE publica el Libro Blanco sobre Responsabilidad Ambiental.
2001	<ul style="list-style-type: none"> • La Comisión Europea pública el Libro Verde sobre la (RSE).
2004	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio de Grupos de trabajo para la guía de recomendaciones ISO 26000.
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Se aprueba la Constitución de la República de Ecuador.
2010	<ul style="list-style-type: none"> • Se presenta la norma ISO 26000.

Nota: en la tabla se puede observar la evolución que ha tenido la RSE tanto en el mundo como en el Ecuador. Adaptado de (Dinámica ubuntu, 2014), por Lorena Hernández y Pablo Morales.

En resumen la (RSE) engloba las decisiones, las medidas, las actividades y las acciones éticas y transparentes realizadas por cualquier empresa durante el desarrollo de su actividad económica.

1.2 Evolución de la (RSE)

A finales de la década de los 90, la teoría de la (RSE) empieza a tomar fuerza debido al deterioro ambiental causado por las acciones humanas y especialmente por las empresas, por lo que se plantea un cambio y una evolución a nivel organizacional de la filantropía a la (RSE).

Tabla 2. Evolución de la (RSE)

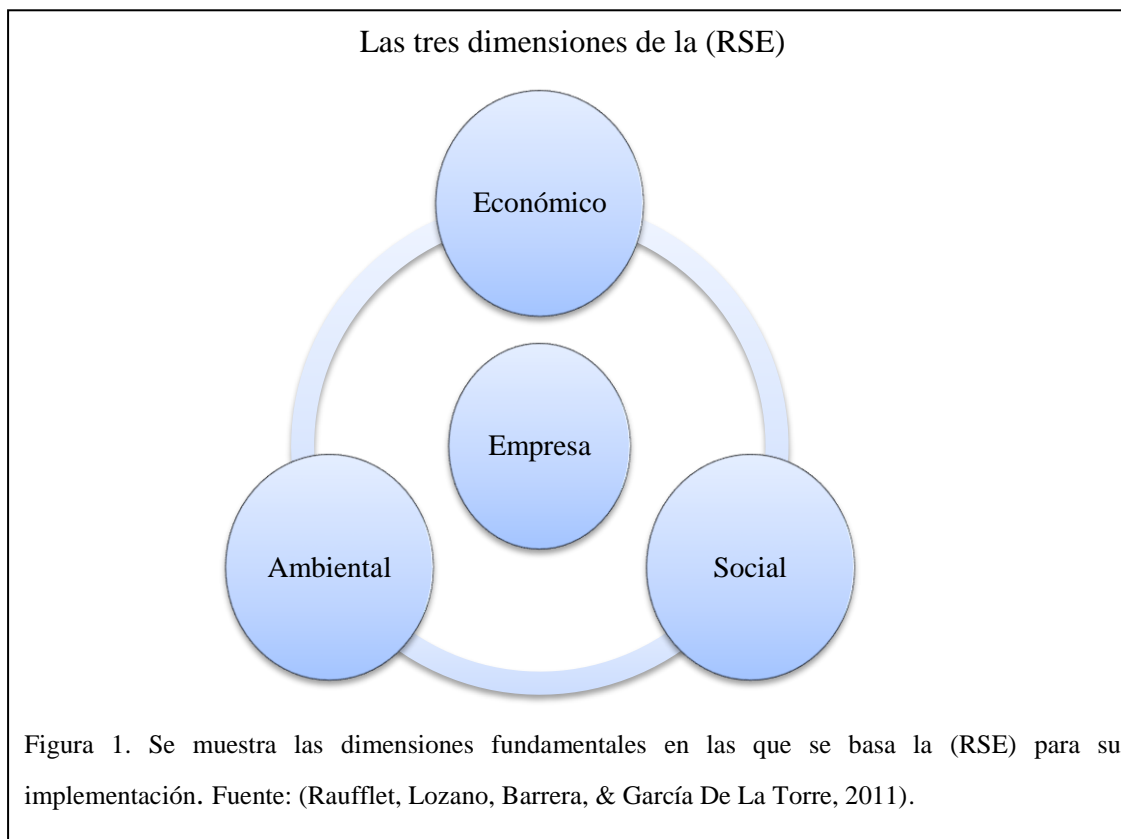
Filantropía	Responsabilidad social integral
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Decisión realizada para proporcionar recursos financieros a un grupo de personas de manera frecuente. ✓ Esta decisión tiene efectos limitados sobre el resto de la empresa. ✓ Proporciona ayuda puntual a un grupo sin involucrarse. ✓ Elige grupos vulnerables para apoyar, sin que esto tenga nada que ver con las actividades de la empresa. ✓ Donaciones en general. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Integración de las preocupaciones sociales y del desarrollo sustentable en la creación del: <ul style="list-style-type: none"> - Valor estratégico - Modelo de negocio - Prácticas - Cadena de valor: clientes y proveedores - Valor económico y social ✓ Se generan sinergias con diferentes actores sociales en pro del bien común, no de la imagen de la empresa. ✓ Las acciones de (RSE) están alineadas con el modelo de negocios de la empresa.

Cambio de paradigmas:

- ✓ De la donación se pasa a la inversión social.
- ✓ El impacto no solamente decae en bienes concretos, también se busca la generación de procesos sociales en pro del bienestar social.
- ✓ Una visión parcial de la realidad hacia una visión integral de la sociedad.
- ✓ Una posición reactiva hacia una actitud solidaria proactiva.
- ✓ Acciones puntuales dispersas hacia programas permanentes.
- ✓ La donación sin compromiso hacia fondos cooperativos.
- ✓ La informalidad y no transparencia hacia la rendición de cuentas
- ✓ La acción improvisada hacia la profesionalización en las actividades alineadas con el corazón de la actividad que realiza la empresa.

Nota: la tabla muestra como se ha ido cambiando con el paso del tiempo los paradigmas que se tenía respecto a la (RSE). Adaptado de (Raufflet, Lozano, Barrera, & García De La Torre, 2011) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Además de los cambios socio-económicos formalizados en el Tabla No. 2, se considera el aspecto ambiental en el cual se crean tres dimensiones de la (RSE).



Raufflet, Lozano, Barrera, & García De La Torre (2011) afirman que “durante esta etapa, la (RSE) deja de centrarse en el interior de la empresa, en especial en sus accionistas y empleados, empieza a considerar actores internos y externos, como es el caso de clientes y proveedores” (pág.9).

1.3 Base teórica de responsabilidad social empresarial (RSE)

1.3.1 Concepto de (RSE)

El perfil social de la actividad económica exige que las empresas se encuentren obligadas con el bien común de quienes los rodea en el desarrollo de sus actividades cotidianas para ello citamos definiciones de varios autores acerca de la (RSE):

El libro verde de la Comisión Europea define a la (RSE) como “la Integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores” (Rodríguez & Santoja, 2008, pág. 14).

“La responsabilidad social empresarial consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano” (García, 2012, pág. 70).

La responsabilidad social empresarial es la capacidad ética de las empresas y de sus líderes para responder a los desafíos de la nueva sociedad globalizada del conocimiento, que muestra un gran desequilibrio económico-social y que está amenazada por el calentamiento global de la tierra. Por lo tanto la responsabilidad social no es una ideología ni una moda empresarial (Martínez, 2011, pág. 30).

1.4 Importancia de la (RSE)

La responsabilidad social empresarial es importante en una empresa porque permite reducir la posibilidad de conflictos con sus trabajadores, proveedores, clientes, vecinos, etc. Mitigar estos impactos mejora su productividad en el mediano y largo plazo promoviendo una imagen de responsabilidad a la empresa.

Actualmente, las actividades diarias de (RSE) que realizan las empresas son de vital importancia para el crecimiento del país y de las mismas, generando un comportamiento empresarial responsable con sus trabajadores, la sociedad y el medio ambiente. La competencia en los mercados actuales es inevitable por lo que las expectativas de todas las partes involucradas son cada vez más exigentes, lo cual implica crear una ventaja competitiva frente a sus competidores.

1.5 Factores y acciones de la (RSE)

La (RSE) no tiene que ver únicamente con realizar trabajos comunitarios, sino también lograr rentabilidad de una empresa de forma ética enmarcada en la legalidad. A continuación se citan los factores y acciones fundamentales en los cuales nos centraremos en la elaboración del plan de (RSE):

Tabla 3. Factores y acciones de la (RSE)

FACTORES	ACCIONES
Generación de riqueza	Apoyar a ser líderes de forma sostenible y rentable.
Protección al ambiente	Abrir caminos a través de lo cotidiano para aportar a un mejor futuro.
Crecimiento personal	Invertir en la gente para desarrollar sus habilidades y crear oportunidades de empleo.
Igualdad de oportunidades	Construir el futuro reflejo de la sociedad en diversidad y género.
Productos responsables	Fomentar decisiones que generen un estilo de vida saludable para la gente y para nuestro planeta.
Contribución a la sociedad	Contribuir positivamente a la sociedad y la calidad de vida.

FACTORES	ACCIONES
Cumplimiento legal	Cumplir con los marcos legales, tributarios, laborales, etc. autoridades locales y seccionales.

Nota: se describen 7 factores y sus acciones para implementar la (RSE) en la empresa. Fuente: (Dinámica ubuntu, 2014).

1.6 Ventajas y desventajas de aplicar (RSE)

1.6.1 Ventajas de la (RSE)

Para las empresas la (RSE) no solo representa un beneficio para los grupos de interés internos y externos, también representa una inversión que repercute en beneficios económicos.

Actuar con (RSE) promueve ventajas de fundamental importancia las cuales citamos a continuación:

Tabla 4. Ventajas internas y externas de la (RSE)

Ventajas internas
Fidelidad del personal a la empresa.
Mejora de la motivación y de la productividad en el trabajo.
Aumento de la calificación y capacidades de los empleados y de las empleadas.
Mayor implicación del personal en la gestión empresarial.
Diferenciación frente a la competencia e incremento de los ingresos.
Fidelización de la clientela.
Mejora de la calidad de productos y servicios.
Mayor potencial de innovación.
Incremento de la eficiencia de los procesos productivos y ahorro de costes.
Mayor capacidad de adaptación frente a los cambios y gestión de crisis.
Mejora de la competitividad.

Ventajas externas
Mejora de la imagen y reputación.
Mayores puntuaciones en contratos con las administraciones públicas.
Obtención de subvenciones o ayudas y reconocimientos oficiales.
Mayor facilidad para cumplir con la normativa vigente.
Refuerzo de las relaciones con las comunidades locales.
Fortalecimiento del tejido económico y social local.
Nuevas oportunidades de negocio.
Reducción del riesgo empresarial.
Obtención de financiamiento en mejores condiciones.
Mejora de las relaciones y condiciones contractuales con proveedores.
Contribución positiva a un desarrollo sostenible.

Nota: se detalla las ventajas internas y externas que se generan al aplicar los principios de (RSE).

Fuente: (Xunta de Galicia, 2014)

1.6.2 Desventaja de la (RSE)

En el ámbito de la (RSE) no se identifican numerosas desventajas por lo que citamos solo una que se considera de fundamental importancia:

La desventaja es el tiempo inicial que tendrá que invertir la empresa en los procesos que conlleva implementar la (RSE). No debemos olvidar que este tipo de procesos se desarrollan siempre contando con una voluntad y un compromiso firme por parte de la dirección o gerencia de la empresa, aunque es necesario implicar a todo el personal y luego transmitir a todas las partes involucradas los compromisos que se pretenden adquirir. Tampoco hay que olvidar que todo proceso de diálogo es siempre un proceso lento, pero tal como se demuestra, para proyectos empresariales de largo y mediano plazo, es el camino más seguro y rentable (Raufflet, Lozano, Barrera, & García De La Torre, 2011, pág. 101).

1.7 Grupos de interés (stakeholders)

1.7.1 Concepto de grupos de interés

García (2012) cita varios conceptos acerca de los grupos de interés:

Son stakeholders todos los grupos que sin cuyo apoyo, la organización podría dejar de existir, lo que obliga a la empresa a no centrarse únicamente en los accionistas;

Son stakeholders cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa (pág. 87).

El concepto de los grupos de interés, se ha afianzado como un aspecto fundamental en la (RSE), a diferencia del enfoque centrado en los intereses y expectativas de los accionistas, este nuevo enfoque de los grupos de interés propone la idea de gestionar en función de las necesidades, expectativas e intereses de todos los grupos o partes involucradas por sus actividades, entre los que se destacan junto con los accionistas, sus trabajadores, los clientes y las comunidades en las que se establezca la empresa.

1.7.2 Clasificación de los grupos de interés

Cada decisión, cada actividad o cada medida que adopta una empresa tiene impacto directo o indirecto sobre un determinado grupo de personas: clientes, empleados, empresas proveedoras, administraciones públicas, competidores, organizaciones civiles. Dichos colectivos son los denominados grupos de interés, stakeholders que tradicionalmente se han clasificado en:

- ✓ Grupos de interés internos: vinculados directamente a la empresa u organización bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.
- ✓ Grupos de interés externos: los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONGs, competidores, consumidores, etc. (García, 2012, pág. 87).

Estos grupos de interés tienen un valor intrínseco en la empresa y juegan un papel fundamental en el funcionamiento o la supervivencia de la misma. Por consiguiente es importante que exista una relación conjunta y estrecha que le permita satisfacer sus demandas, con el fin de crear valor para cada una de las partes interesadas, generando beneficios multilaterales.

Para ello, cada empresa debe ser capaz de identificar adecuadamente a todos sus grupos de interés por lo que deberán tomar en cuenta que cada parte involucrada es cualquier individuo o grupo que puede ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización

1.7.3 Tipos de grupos de interés

Sobre la base de los conceptos y definiciones anteriormente tratados a continuación indicamos cuales son los intereses de cada una de las partes afectadas:

Tabla 5. Tipos de grupos de interés

Tipo	Intereses legítimos
Socios, accionistas e inversores	Beneficio, rentabilidad, 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, postventa.
Instituciones financieras	Transparencia, solvencia, lucha contra la corrupción.
Competidores	Respeto, reglas libres competencia, reciprocidad, cumplimiento, compromisos, cooperación.

Tipo	Intereses legítimos
Proveedores y subcontratistas	Respeto reglas libre 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, ONGs.
Partidos políticos	Legalidad, contribución, desarrollo.
Iglesias	Respeto a sus creencias y valores morales, participación ciudadana.
Sindicatos	Respeto y promoción de derechos socio laborales.
Universidades	Investigación, desarrollo, formación.

Nota: en la tabla se identifica todos los grupos involucrados detallando los intereses para el logro de la (RSE). Fuente: (García, 2012).

1.7.4 El diálogo con los grupos de interés

El reto para la dirección de una empresa es reconocer los intereses mutuos que comparten la empresa con sus grupos de interés, a través de las actividades empresariales, y de líderes responsables se puede mejorar tanto el bienestar individual como el de la sociedad en su conjunto. El dialogar con sus grupos de interés puede ser una manera de obtener legitimidad, o de asegurarse “la licencia para operar”, así como de un medio de acceder a fuentes estratégicas de ventaja competitiva sostenible como la confianza, la reputación o la innovación. (Rodríguez & Santoja, 2008).

Las organizaciones rara vez toman en cuenta las solicitudes, o demandas de todos sus grupos de interés, en el mejor de los casos se atienden a las exigencias de sus clientes, pero no al resto de involucrados. Al conjunto de solicitudes de los grupos de interés se los denomina tradicionalmente requerimientos o expectativas. Cuando las empresas atienden estos requerimientos de una forma lógica, priorizada y explícita, la empresa ajusta en cierta medida sus estrategias a los deseos de los grupos de interés y los resultados son mejores que cuando no se toman en cuenta (Rodríguez & Santoja, 2008).

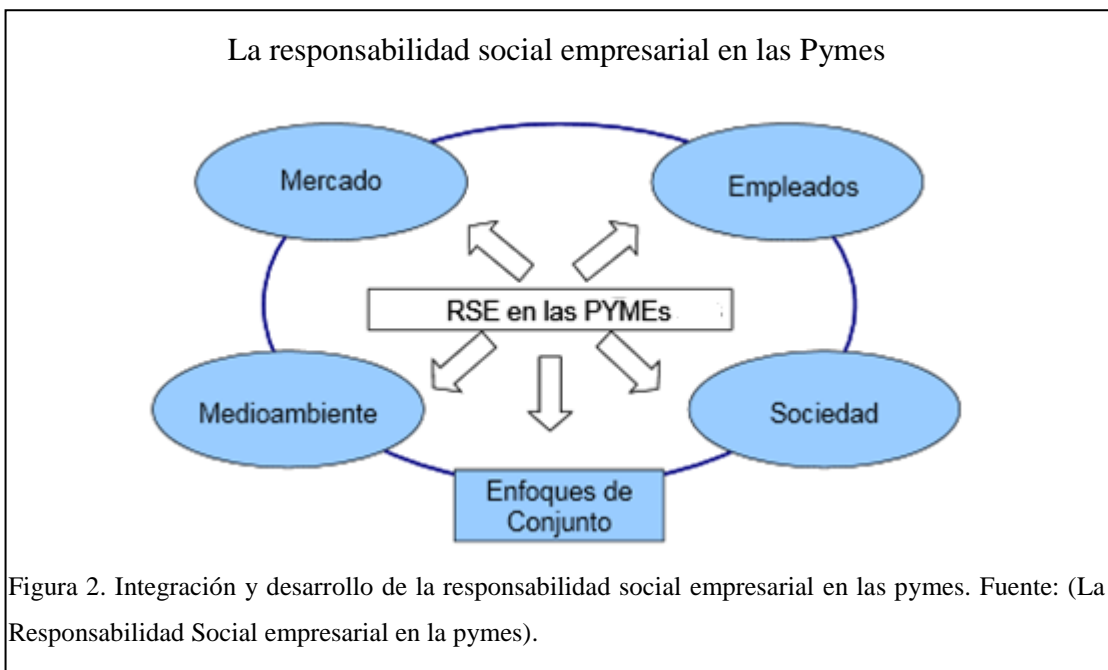
Existen 5 formas de identificar las diferentes categorías de grupos de interés en una empresa:

- ✓ Por responsabilidad: consiste en identificar las entidades con la que la empresa tiene una relación legal u operativa.
- ✓ Por influencia: son las que se pueden influir en las capacidades de la empresa para lograr sus estrategias y visión. Tienen relación con el logro de los resultados principales de la organización.
- ✓ Por cercanía: son las que interaccionan interna o externamente por proximidad. Tienen una relación interna en el desarrollo de procesos y productos o están influidas por sus instalaciones.
- ✓ Por dependencia: son la que dependen de la organización, por ejemplo, los trabajadores y sus familias, los proveedores y sus clientes, cuya seguridad o salud depende de sus procesos o productos.
- ✓ Por representación: son personas que a través de estructuras regulatorias o culturales, representan a otras personas. Son los líderes de comunidades locales, representantes sindicales, etc. (Accountability Institute of Social and Ethical, 2006).

1.8 La responsabilidad social empresarial en las pymes

“Aunque la (RSE) suele ser analizada en el contexto de las grandes empresas, es también una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las pymes” (La Responsabilidad Social empresarial en la pymes, pág. 3).

La (RSE) puede tener múltiples aproximaciones prácticas que no tienen que ser necesariamente ni complejas ni costosas.



Actualmente, la (RSE) muestra un menor grado de desarrollo en las pymes versus las grandes organizaciones, por dos razones: en primer lugar porque en el entorno de las pymes existe una menor necesidad de implementar (RSE), en segundo lugar, porque las Pymes tienen que afrontar barreras de entrada que dificultan la implementación: falta de conocimiento, carencia de personal preparado, limitación de recursos en una inversión cuyo retorno se produce en el medio largo plazo, etc. Sin embargo, esto no debe inducir a pensar que las políticas de (RSE) de las pymes, sean distintas a las grandes organizaciones, puesto que se asienta en los tres pilares básicos de la responsabilidad social y en los mismos principios y actividades que aplican estas organizaciones. Además las Pymes cuentan con ciertas ventajas: mayor flexibilidad, especialización, y mayor capacidad de relacionarse; y, de adaptación a las necesidades de un entorno cambiante y a las de sus interlocutores sociales, etc.

1.9 Sistemas de gestión para el desarrollo adecuado de la (RSE)

A lo largo de los años, por la necesidad de contar con una guía, estándares e indicadores de la gestión socialmente responsable por parte de las empresas y organizaciones, surgieron entidades regulatorias (como el GRI), guía de aplicación de responsabilidad social empresarial (ISO 26000) y agrupaciones comprometidas a cumplir con ciertos criterios para alcanzar la legalidad corporativa (Pacto Global).

Además se crearon institutos con finalidad de apoyar a organizaciones en la gestión de (RSE) como es caso del instituto ETHOS.

1.9.1 Instituto ETHOS

“El instituto Ethos de empresa y responsabilidad social, que se localiza en Brasil, fue creado por empresarios para apoyar a las organizaciones en la gestión de su (RSE)” (Raufflet, Lozano, Barrera, & García De La Torre, 2011, pág. 51).

Ethos busca ofrecer a las organizaciones indicadores que las auxilien en el proceso de profundización de su compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sustentable, los indicadores se presentan en un cuestionario que evalúan la contribución al desarrollo social y ambiental. Los indicadores intentan generar conciencia, aprendizaje y monitoreo de la (RSE). Así mismo califica la gestión de la empresa en aspectos relacionados con las prácticas de (RSE), planificación de estrategias, y supervisión del desempeño general.

El cuestionario de Ethos está organizado en siete temas: valores, transparencia y gobernanza, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad. Cada uno de estos se divide en un conjunto de indicadores, cuya finalidad es plantear como la empresa puede mejorar su desempeño desde distintas perspectivas. A la vez, cada indicador está formado de tres tipos de cuestiones: profundidad, binarias y cuantitativas.

- ✓ Cuestiones de profundidad: indicador que permite evaluar la etapa actual de gestión de la empresa. Está representado por cuatro cuadros contiguos cuyo nivel de desempeño evoluciona desde la primera hasta la cuarta etapa, lo que permite a los investigadores ubicarse fácilmente en la escala.

- ✓ Cuestiones binarias: este tipo de indicador se compone de cuestiones binarias (sí o no) que califican la respuesta elegida en los indicadores de profundidad. Contiene elementos de validez y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa. Contribuye de la misma manera, a la comprensión de las prácticas que deben incorporarse a la gestión de los negocios.

- ✓ Cuestiones cuantitativas: el tercer punto de indicadores propone la recolección sistemática de los datos (se pueden evaluar según series anuales y cruzarles con otros datos). No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; sin embargo, aquellos que sí lo contienen abren a mostrarse de forma precisa, ya que serán muy útiles en el monitoreo interno (Raufflet, Lozano, Barrera, & García De La Torre, 2011, pág. 51).

1.9.2 El Global Reporting Initiative (GRI)

“El GRI o iniciativa para la rendición de cuentas global, es una institución independiente que se fundó en 1997 entre el PNUMA (programa de Naciones Unidas para el medio ambiente). Actualmente, es una entidad independiente que tiene su sede en Ámsterdam” (Global Reporting Initiative, 2013).

En esta iniciativa participan diversos grupos de interés y su misión es aumentar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad, equiparándolas en calidad, rigor, periodicidad, comparabilidad y verificabilidad, con los informes financieros, a través de la redacción y difusión de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (Ruiz, 2013, pág. 53).

El (GRI) es un estándar internacional que sirve para reportar los aspectos económicos, sociales y ambientales de las actividades y de los bienes o servicios producidos por una empresa. Este a su vez ha desarrollado la “guía para la elaboración de un Informe de sostenibilidad, cuya primera versión surgió en el año 2000, la segunda en el 2002, la tercera en el 2006 y la cuarta conocida también como G4 en el año 2013. Su misión es mejorar la calidad de vida, rigor y utilidad de los reportes de sostenibilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros.

En el año 2013, fue presentado en Ámsterdam la versión G4 del (GRI).

Los principales objetivos del GRI es el desarrollo de informes o memorias corporativas de sostenibilidad, impulsando la información sobre su actuación social y ambiental al mismo nivel de la información financiera o económica.

1.9.2.1 Memoria de sostenibilidad

Una memoria de sostenibilidad expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización.

Cada vez son más empresas que desean hacer sus operaciones sostenibles, y crear procesos para la elaboración de memorias de sostenibilidad que les permitan medir el desempeño, establecer metas y gestionar los cambios necesarios.

Una memoria de sostenibilidad es la plataforma clave para comunicar impactos de sostenibilidad positivos o negativos, para capturar información que pueda influir en la política de la organización, su estrategia y sus operaciones de manera continua (Global Reporting Initiative, 2013).

1.9.2.2 Esquema del (GRI)

EL (GRI) establece claramente, que la empresa que quiere preparar y presentar informes de sostenibilidad debe desarrollar indicadores.

El (GRI) aporta un enfoque totalmente integrado, con contenidos basados en el análisis de las expectativas de información de los grupos de interés y, adicionalmente, incluye criterios de calidad y guías específicas para determinados sectores. Los documentos del marco (GRI) para la elaboración de dichas memorias son:

La guía: recoge los principios y orientaciones para definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de información y los contenidos básicos formados por los indicadores de desempeño.

Los protocolos: son indicadores que proporcionan asesoramiento para la recopilación de la información de cada uno de los indicadores de desempeño. Los protocolos técnicos aportan criterios para definir los límites de la cobertura de la memoria.

Los suplementos sectoriales: son complementarios a la guía y aportan indicadores de desempeño específicos del sector. Al momento existen para la revisión de servicios financieros, minería y metales, agencias públicas, operadoras de turismo, automoción, telecomunicaciones, logística y transporte y en fase de elaboración los del calzado y eléctrico (Rodríguez & Santoja, 2008, pág. 273).

1.9.2.3 Principios del (GRI)

Los principios describen los resultados que una memoria debe conseguir, como seleccionar los indicadores de desempeño y como informar sobre ellos. Existen dos grupos de principios: los que ayudan a determinar el contenido, es decir los asuntos sobre los que hay que informar, y los que garantizan la calidad de la información, y los que garantizan la calidad de la información y la manera de presentarla. Las definiciones de cada principio son las siguientes:

Materialidad: la información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización, o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Para la determinación de los impactos significativos pueden utilizarse metodologías clásicas de evaluación de impactos o de análisis de ciclo de vida.

Participación de los grupos de interés: la organización informante debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria como ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.

Contexto de sostenibilidad: la organización informante debe presentar su desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad. Se trata de presentar el desempeño no de forma aislada, sino en el contexto de los límites y exigencias impuestos sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local, regional o global.

Exhaustividad: la cobertura de los indicadores y aspectos materiales y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los aspectos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante durante el periodo que cubre la memoria (Rodríguez & Santoja, 2008, págs. 274, 275).

1.9.2.4 Materialidad del (GRI) G4 en la (RSE)

El cambio más importante del (GRI) G4 es todo lo relativo al análisis de materialidad, ya que ahora permite a las empresas distinguir entre aquellos aspectos materiales, sobre los que deberá reportar, y aquellos que no lo son, podrán ser excluidos de una memoria de sostenibilidad.

La metodología que plantea la guía (GRI) G4 para realizar el análisis de materialidad, es el siguiente:

- ✓ Identificación de aspectos: determinar el área geográfica de los impactos que la organización puede tener, hacer una línea base para conocer las necesidades de los grupos de interés en dicha área y la repercusión de las operaciones de la empresa en su diario vivir.
- ✓ Priorización: decidir los aspectos relevantes y prioritarios, con base a la importancia de sus impactos económicos, sociales y ambientales, así como de la influencia que tengan en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés. En este paso es interesante el uso de una matriz de dos ejes que relacione el impacto y la influencia de mayor a menor; lo que ayudará a conocer cuáles son los aspectos importantes a considerar.
- ✓ Validación: determinar el alcance, cobertura e intervalo temporal que tendrán las acciones de la empresa y el impacto en sus grupos de interés (Perspectiva, 2012).

1.9.3 ISO 26000

En el año 2005, se inició la creación de la norma ISO 26000 por parte de un grupo de trabajo de ISO sobre (RSE). “Para su elaboración se utilizó un enfoque de múltiples partes interesadas, con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales y regionales involucradas en diversos aspectos de (RSE)” (Ruiz, 2013, pág. 54).

El 1 de noviembre del 2010 fue presentada públicamente.

La ISO 26000, constituye una norma internacional y está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más (International Standard Organization, 2010).

La norma tiene la siguiente estructura:

- ✓ Definición y principios de (RSE)
- ✓ Materias fundamentales a abordarse en la aplicación de la (RSE).
- ✓ Orientación sobre cómo integrar la (RSE) en toda las operaciones de una organización.

Adicionalmente, la ISO dispuso que esta norma fuera creada con la perspectiva de cumplirla de manera voluntaria, por lo cual no es considerada un documento con estipulaciones para obtener algún certificado oficial; sino una guía para dar mayor credibilidad y confianza a los reportes de (RSE), que proporcionen a sus grupos de interés una imagen de seguridad, responsabilidad y cumplimiento; otorgando así un valor agregado a la institución.

1.9.4 El Pacto Global

El Pacto Global, nace de una decisión voluntaria de algunas organizaciones que plantearon alinear sus estrategias y procesos en base a 10 principios universales, constituidos en cuatro áreas como son derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

“El Pacto Mundial es tal vez la iniciativa internacional más importante de los últimos años, por la lealtad que en principio ha suscitado. Firmado durante el Foro Económico de Davis en enero de 1999, y auspiciado por la Naciones Unidas” (Ruiz, 2013, pág. 49).

A continuación se cita la alineación que tiene la iniciativa de Pacto Global para ser una empresa que cumpla las dimensiones de la (RSE):

La responsabilidad corporativa consiste en actuar de manera que las empresas formen parte de las soluciones a los desafíos que la humanidad afronta, pues la sociedad les apoyará mientras hagan compatible el interés privado con la dimensión social de la actividad que desarrollan, que hoy en día se demuestra con el rigor de las empresas a la hora de comprometerse con el crecimiento económico respetuoso con el medio ambiente, con el respeto de los derechos humanos y con la transparencia en las relaciones con los diferentes grupos de interés.

Este compromiso con los valores de las sociedades libres puede demostrarse, por ejemplo, asumiendo los principios del Pacto Mundial, que pide que las empresas, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Por lo tanto, comprometerse con el Pacto Mundial puede ser un indicador que revela el grado de responsabilidad corporativa (Bilbeny & Pes, 2012, pág. 41).

El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y practiquen un conjunto de valores fundamentales transformados en principios:

Tabla 6. Principios del Pacto Mundial

Valores	Principios
Derechos humanos	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia
	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.
Estándares laborales	Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.
Medio ambiente	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
Anticorrupción	Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno

Nota: El Pacto Mundial da mucha relevancia a que las empresas adopten y cumplan con valores y principios. Adaptado de (United Nations Global Compact, 2013), por Lorena Hernández y Pablo Morales.

1.10 Regulación sobre la (RSE) en el Ecuador

1.10.1 Constitución de la República del Ecuador

La base legal de la (RSE), se encuentra fundamentada en la Constitución de la República del Ecuador, donde menciona:

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Constitución de la República de Ecuador, 2008).

1.10.2 Código de la producción del ministerio de coordinación, de la producción empleo y competitividad

A través de los sellos “hace bien” y “hace mejor”, incorporado por el ministerio de coordinación, de la producción empleo y competitividad promueve el cumplimiento del marco legal en los diferentes aspectos y fomenta la incorporación de un modelo de gestión basado en responsabilidad social:

Fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que promueve el Gobierno Nacional, a través de la creación de un sello de gestión de reconocimiento público, que permita alentar e incentivar a las empresas que realizan sus actividades respetando el medio ambiente; cumpliendo con sus empleados y trabajadores en sus obligaciones laborales y de seguridad social; y, con la comunidad, con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias, conforme a la legislación aplicable (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2009).

1.10.3 Normativa del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

En diciembre de 2010, fue suscrita por el Dr. Augusto Barrera Guardaras la Ordenanza Metropolitana de (RSE) en el Distrito Metropolitano de Quito, en la cual se dispone:

El objeto de la presente ordenanza es motivar una cultura basada en la ética y la responsabilidad social con miras a la generación de un territorio competitivo y una sociedad sostenible.

Esta ordenanza incentiva a todas las organizaciones públicas y privadas, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, que desarrollan actividades en el Distrito Metropolitano de Quito, a incorporar integralmente en sus operaciones la responsabilidad Social, como un modelo de gestión alineado al desarrollo sostenible que toda organización moderna debería incorporar en sus operaciones, desde su estrategia fundamental, valores, políticas y prácticas en todos los niveles (Ordenanza Metropolitana No. 333 del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2010).

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Planteamiento del problema

Mejía & Newman (2011), señala que “una empresa que no asume su responsabilidad social no tiene futuro, la responsabilidad social empresarial es lo que las empresas tienen que hacer para sobrevivir y prosperar. Con el tiempo; no será posible dirigir un negocio sin ser socialmente responsable” (pág. 13).

No es de importancia que tan bueno o malo sea el pasado ni sus situaciones y objetivos, si no se procura un entorno sostenible, sus posibilidades de desarrollarse y de prosperar se reducen; además, no es suficiente que las empresas asuman su responsabilidad, tienen que comunicarlo.

Ecuador cada vez se está involucrando con la (RSE), ya que en la actualidad una empresa responsable es más fuerte, y este comportamiento le permite abrir nuevos mercados, reflejar una imagen confiable, generar empleo, producir bienes y servicios de calidad y con ello generar satisfacción al cliente, así como también beneficiar la salud y seguridad de los empleados, incentivar el compromiso por parte de los trabajadores, reducir gastos y proteger el medio ambiente.

La presente investigación pretende sensibilizar a los propietarios de Produbel Cía. Ltda., sobre la importancia de aplicar (RSE) con compromiso, para ello es necesario identificar dentro de la empresa aspectos o brechas que dificulten el normal desenvolvimiento de sus procesos e identificar sus grupo de interés.

2.2 Formulación y sistematización

2.2.1 Formulación

¿Cómo diseñar un plan de (RSE) que le permita a Produbel Cía. Ltda., responder a los requerimientos de los grupos de interés?

2.2.2 Sistematización

- ✓ ¿Cómo identificar la gestión realizada por Produbel Cía. Ltda., hacia los grupos de interés con respecto a la (RSE)?
- ✓ ¿Qué acciones de (RSE) podría desarrollar Produbel Cía. Ltda., para dar soluciones a los problemas encontrados?
- ✓ ¿Cómo socializar el contenido del plan a los grupos de interés?

2.3 Objetivos de la investigación

2.3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de (RSE) que le permita a Produbel Cía. Ltda., responder a los requerimientos de los grupos de interés.

2.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar las gestiones realizadas por Produbel Cía. Ltda., hacia los grupos de interés con respecto a la (RSE).
- ✓ Diseñar estrategias que le permitan a Produbel Cía. Ltda., dar soluciones a los problemas encontrados.
- ✓ Comunicar el contenido del plan de (RSE) a los grupos de interés.

2.4 Justificación del proyecto

2.4.1 Justificación práctica

Este proyecto nos permite tomar conciencia de la importancia del desarrollo de programas de responsabilidad social empresarial con los grupos de interés en las empresas para mejorar las condiciones y calidad de vida con la sociedad.

Un estudio realizado acerca de la (RSE) en Ecuador menciona lo siguiente:

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en el compromiso de las empresas por su impacto en la sociedad. Este concepto llegó a Ecuador para quedarse y cada año toma más fuerza, pues las compañías están conscientes que su alcance va más allá de sus propias instalaciones. Han florecido las campañas de concienciación sobre la importancia de contribuir al bienestar de los colaboradores, de cuidar el medioambiente y de retribuir a la comunidad en la que se desenvuelven con acciones concretas. Los estudios han acreditado de forma convincente que una empresa socialmente responsable genera una buena reputación, tiene más posibilidades de crear valor, contratar proveedores en mejores condiciones, obtener mejor financiamiento, reclutar empleados con más talento y generar mayor lealtad entre sus clientes. En definitiva, se convierte en una empresa más rentable en el largo plazo (Ekos Negocios, 2011).

El mercado actual se ha vuelto más exigente para las empresas que jueguen un rol importante en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad, del entorno ambiental y del país, este trabajo nos aporta a una visión de responsabilidad con todos los factores antes mencionados, comprometidos con economías más equilibradas y justas, con mayor participación de todos los medios de producción las cuales intervienen en la actividad económica de Produbel Cía. Ltda., respetando de una manera ética a los demás y generando transparencia en los procesos que se desarrollan.

Este proyecto es una herramienta que sirve de guía para la implementación de programas de responsabilidad social en las empresas, sin importar el sector o actividad económica en la que se desempeñen, suministra información valiosa sobre la ejecución de proyectos y crea un sentido de pertenencia con su comunidad y con la empresa en general.

2.4.2 Justificación teórica

El presente trabajo, brinda un conocimiento en responsabilidad social empresarial (RSE) a todas las personas que lo consulten; le informa desde los orígenes del tema hasta la actualidad, sirve de consulta de autores y bibliografía en caso de que se quiera ampliar los temas tratados; por otra parte, la investigación da a conocer la situación actual de Produbel Cía. Ltda., con los grupos de interés, los programas que actualmente se desarrollan y los campos administrativos que son tomados en cuenta por las empresas para estructurar la responsabilidad social empresarial.

2. 5 Diseño de la investigación

La metodología aplicada contempló las estrategias, procedimientos, actividades y medios requeridos para cumplir los objetivos propuestos y dar respuesta al planteamiento del problema, es decir, para pasar del estado actual al estado deseado del problema.

2.5.1 Tipo de investigación

El diseño de nuestra investigación nos permitió tener un diagnóstico inicial de todas las partes que involucra a la empresa Produbel Cía. Ltda., por lo que se realizó un censo a todos los propietarios y colaboradores para la aplicación de encuestas, así como también se determinó una muestra a los clientes y proveedores que forman parte de la cadena de valor para la aplicación de las encuesta a los grupos de interés, misma que nos ayudó a determinar el grado de (RSE) con la que la empresa cuenta.

El tipo de investigación realizada es de campo, mismo que se basó en:

- ✓ Estudio descriptivo: refiere los hechos observados y nos ayudó a identificar con claridad y precisión el grado de (RSE) que existe en la empresa, manejando indicadores cualitativos y cuantitativos que contribuirán a la determinación de las características de la investigación.

- ✓ Estudio explicativo: la información recopilada tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias permitieron establecer la relación de causa - efecto.

2.5.2 Métodos de investigación

Los métodos de investigación utilizados en nuestro trabajo fueron:

- ✓ Inductivo: dado que la investigación partió de las bases teóricas de (RSE) hacia una investigación aplicada al sector privado.
- ✓ Deductivo: con los datos obtenidos de la investigación se obtuvieron las bases o directrices para el diseño de un plan de (RSE).
- ✓ Análisis: con este método se seleccionaron las áreas de la (RSE) que consideramos óptimas para el diseño del modelo aplicable.
- ✓ Síntesis: este método ayudó al diseño del plan de (RSE) para el sector privado.

2.5.3 Técnicas de recolección de datos a ser utilizadas en la investigación

Para nuestra investigación se realizaron las siguientes técnicas:

- ✓ Observación: la técnica realizada fue de campo, para lo cual visitamos las partes involucradas a la empresa, y directa porque se estuvo en contacto con cada uno de ellos. Esta técnica ayudó a obtener un conocimiento general de la empresa, para establecer un enfoque más claro hacia nuestros objetivos.
- ✓ Entrevista: se realizó entrevistas tanto a los directivos como a los colaboradores, de la cual se obtuvo un conocimiento más específico, determinando la cadena de valor que tiene la empresa; y, a su vez identificamos cual es el grado de conocimiento de la (RSE).

- ✓ Encuesta: se desarrolló un cuestionario a los grupos de interés identificados en su cadena de valor con el fin de evaluar y medir el nivel de (RSE) que mantiene la empresa.

2.5.4 Fuentes de información

Dentro de esta etapa se revisó y analizó la información de libros y páginas web acerca de la (RSE), grupos de interés, significados, conceptos importantes y lo que pueda contribuir para el desarrollo del presente trabajo. Esto ayudó como sustento y soporte de este trabajo.

Las fuentes de información mediante los diversos tipos de documentos que contiene, nos permite satisfacer de información y conocimiento que el plan de (RSE) demanda.

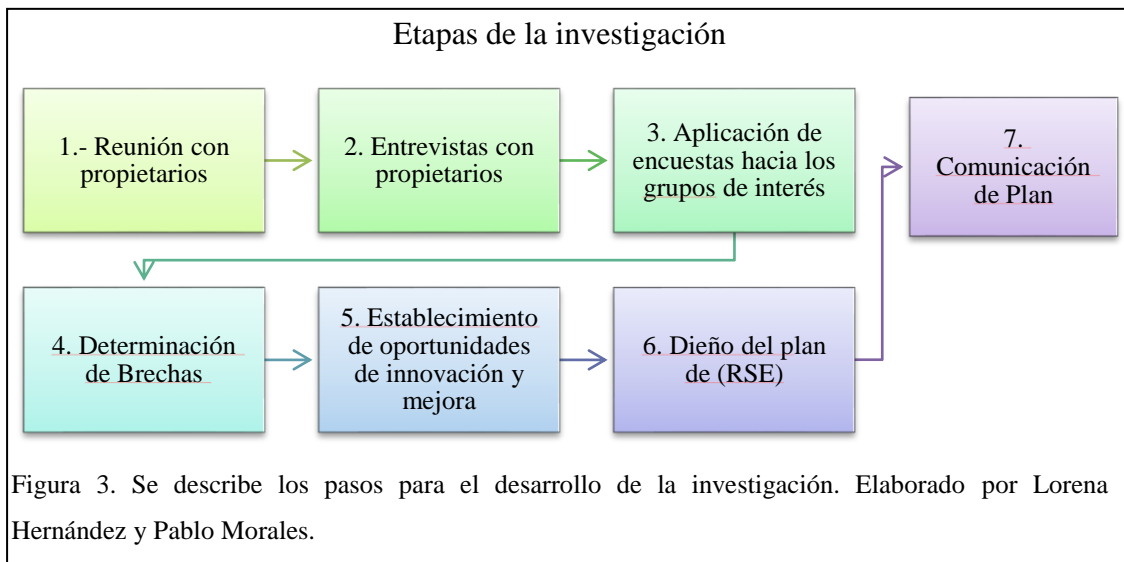
Las fuentes de información efectuadas en nuestro trabajo fueron:

- ✓ Fuentes primarias: en este caso, se realizaron entrevistas y encuesta mismas que fueron aplicadas a todos los grupos de interés identificados.
- ✓ Fuentes secundarias: se recolectó información de libros, artículos de internet, biblioteca virtual, documentos de la empresa; estas herramientas facilitaron el levantamiento de la información que se requirió para el proceso de investigación.

2.5.5 Etapas de la investigación

Nuestra investigación se desarrolló, aplicando indicadores y metodologías desarrolladas por Instituciones calificadas en (RSE) como ADEC, Ethos y el (GRI).

A continuación se describe el proceso que diseñamos para evaluar el estado actual de la empresa, elaborar un listado de acciones a desarrollarse en el diseño del plan de (RSE), y la socialización del mismo:



2.5.6 Determinación de la población y muestra para la investigación

El tipo de muestreo utilizado para los clientes de la empresa fue el muestreo probabilístico aleatorio simple, en el que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

2.5.6.1 Tamaño de la muestra

La fórmula a aplicar es la que se menciona a continuación.

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

Dónde;

n = el tamaño de la muestra,

N = tamaño de la población,

σ = Desviación estándar de la población que suele utilizarse un valor constante de 0.5,

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual),

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

2.5.6.2 Cálculo de la muestra

El cálculo para determinar la muestra fue el siguiente:

$$n = ?$$

$$N = 200$$

$$\sigma = 0,5$$

$$Z = 1,96$$

$$e = 0,09$$

$$n = \frac{(1,96^2) * (0,5^2) * 200}{(0,09^2) * (199) + (1,96^2) * (0,5^2)}$$

$$n = \frac{192,08}{1,61 + 0,9604}$$

$$n = \frac{192,08}{2,5723}$$

$$n = 74,67$$

$$n = 75 \text{ peluquerías}$$

De acuerdo a los datos receptados, se procederá a trabajar con una muestra de 75 peluquerías, mismas que nos ayudarán a la determinación del nivel de (RSE) que mantiene la empresa, frente a este grupo.

Para los propietarios, colaboradores y proveedores nacionales, se realizó un censo total y se aplicó la encuesta a todos los involucrados antes descritos.

2.6 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los propietarios de Produbel Cía. Ltda.

Tabla 7. Tabulación de las encuestas realizadas a los propietarios

Preguntas	Respuestas		
	SÍ	NO	Porcentaje
1. ¿Conoce usted que es la responsabilidad social empresarial?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
2. ¿Produbel asegura un lugar de trabajo sostenible?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
3. ¿La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo enfermedades profesionales?	SÍ	0	0%
	NO	2	100%
4. ¿La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
5. ¿La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
6. ¿Produbel comunica los resultados de su gestión de forma transparente, de fácil acceso, clara, equilibrada y cuantificable?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
7. ¿Produbel tiene un manejo centralizado de sus envases para reciclarlos	SÍ	0	0%
	NO	2	100%
8. ¿Produbel considera la igualdad de trato en cuanto a género, edad, condición social, origen o nacionalidad, dando las mismas oportunidades?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%
9. ¿Produbel cumple con las obligaciones impositivas y laborales?	SÍ	2	100%
	NO	0	0%

Nota: elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Interpretación: los propietarios conocen sobre la importancia de la (RSE) y en parte la han ido aplicando en algunas de sus actividades, pero son conscientes de que aún les falta mucho para lograr ser una empresa socialmente responsable.

2.7 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los colaboradores de Produbel Cía. Ltda.

Tabla 8. Tabulación de las encuestas realizadas a los colaboradores

Preguntas	Respuestas		
	1. ¿Conoce usted que es la Responsabilidad Social Empresarial?	SÍ	8
	NO	3	27%
2. ¿Conoce usted la misión, visión y valores que promulga la empresa?	SÍ	11	100%
	NO	0	0%
3. ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un código de ética?	SÍ	0	0%
	NO	11	100%
4. ¿La condición física y ambiental de las oficinas donde trabaja, considera que son las mejores?	Muy Buena	8	73%
	Buena	3	27%
	Regular	0	0%
	Deficiente	0	0%
5. ¿Produbel trabaja respetando y cuidando el ambiente?	SÍ	4	36%
	NO	7	64%
6. ¿Usted conoce que Produbel tiene un manejo centralizado de sus envases para reciclarlos?	SÍ	0	0%
	NO	11	100%
7. ¿Los colaboradores de la empresa son valorados y capacitados de manera permanente?	SÍ	3	27%
	NO	8	73%
8. ¿Produbel asegura un lugar de trabajo sostenible?	SI	11	100%
	NO	0	0%
9. ¿Produbel considera la igualdad de trato en cuanto a género, edad, condición social, origen o nacionalidad, dando las mismas oportunidades?	SI	11	100%
	NO	0	0%
10. ¿Produbel comunica los resultados de su gestión de forma transparente, de fácil acceso, clara, equilibrada y cuantificable?	SÍ	11	100%
	NO	0	0%

Nota: elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Interpretación: los colaboradores no tienen claro el concepto de la (RSE), pero se sienten bien con lo que la empresa aporta hacia ellos y están dispuestos a colaborar para que Produbel Cía. Ltda., siga alcanzando sus metas organizacionales.

2.8 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a las peluquerías de Produbel Cía. Ltda.

Tabla 9. Tabulación de las encuestas realizadas a las peluquerías

Preguntas	Respuestas		
	1. ¿Conoce usted los valores que promulga Produbel?	SÍ	45
	NO	30	40%
2. ¿Produbel cumple con sus compromisos adquiridos con transparencia, eficiencia y puntualidad?	Siempre	61	81%
	Casi Siempre	10	14%
	Regularmente	4	5%
	Nunca	0	0%
3. ¿Usted conoce y participa en las campañas de buenas prácticas ambientales?	SÍ	0	0%
	NO	75	100%
4. ¿Produbel lo incentivan a participar activamente para fomentar acciones de interés común?	SÍ	5	7%
	NO	70	93%
5. ¿Produbel considera la igualdad de trato en cuanto a género, edad, condición social, origen o nacionalidad, dando las mismas oportunidades?	SÍ	75	100%
	NO	0	0%
6. ¿Produbel innova sus productos y servicios de manera permanente?	SÍ	65	81%
	NO	15	19%
7. ¿Produbel ofrece productos y servicios amigables con el ambiente?	SÍ	70	93%
	NO	5	7%
8. ¿Usted conoce que Produbel tiene un manejo centralizado de sus envases para reciclarlos?	SÍ	20	27%
	NO	55	73%
9. ¿Considera usted una oportunidad que Produbel tenga un programa de apoyo a la comunidad?	SÍ	65	87%
	NO	10	13%

Nota: elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Interpretación: los clientes consideran a la (RSE) como un buen aporte al medio ambiente y la sociedad, para ello las peluquerías estarían dispuestas a colaborar con Produbel Cía. Ltda., en programas de reciclaje y apoyos a la comunidad.

2.9 Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los proveedores de Produbel Cía. Ltda.

Tabla 10. Tabulación de las encuestas realizadas a los proveedores

Preguntas	Respuestas		
	SÍ	NO	Porcentaje
1. ¿Conoce usted los valores que promulga Produbel?	SÍ	2	33%
	NO	4	67%
2. ¿Produbel cumple con sus compromisos adquiridos con transparencia, eficiencia y puntualidad?	SÍ	6	100%
	NO	0	0%
3. ¿Produbel trabaja respetando y cuidando el ambiente?	SÍ	2	33%
	NO	4	67%
4. ¿Usted conoce y participa en las campañas de buenas prácticas ambientales?	SÍ	0	0%
	NO	6	100%
5. ¿Produbel es generadora de trabajo y desarrollo?	SÍ	6	100%
	NO	0	0%
6. ¿Produbel negocia con transparencia y establece relaciones contractuales?	SÍ	6	100%
	NO	0	0%
7. ¿Produbel posee un plan de consulta de la satisfacción que brinda sus proveedores?	SÍ	0	0%
	NO	6	100%
8. ¿Considera usted una oportunidad que Produbel tenga un programa de apoyo a la comunidad?	SÍ	6	100%
	NO	0	0%

Nota: elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Interpretación: la empresa no involucra en sus acciones a los proveedores por ende ellos no tienen un mayor conocimiento sobre las actividades responsables de Produbel Cía. Ltda., pero si les gustaría formar parte de un proyecto de (RSE).

CAPÍTULO 3

PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para elaborar el plan de (RSE), fue necesario realizar un levantamiento de información para conocer la actividad específica y el entorno que rodea a Produbel.

3.1 Análisis situacional de Produbel Cosmética Comercial Cía. Ltda.

3.1.1 Antecedentes

Para poder desarrollar un plan de (RSE) es necesario conocer cómo se encuentra Produbel en la actualidad ya que esto nos permitirá tener una visión más amplia de (RSE) que mantiene la empresa, frente a sus grupos de interés.

3.1.1.1 Historia de Produbel Cía. Ltda.

Produbel, empezó sus operaciones en el año 2006 y se dedica a la importación y comercialización de productos profesionales para peluquerías de la línea Schwarzkopf Professional.

Produbel está a cargo de la señora Gabriela Ormaza, quien lleva vinculada a la industria de la cosmética para peluquería desde hace más de 20 años, trabajó 10 en la empresa multinacional Henkel Ecuador, donde adquirió la experiencia que hoy aplica en su negocio. Luego vino su deseo de formar, con el apoyo de su esposo, una empresa propia, pero siguiendo los lineamientos internacionales de la marca Schwarzkopf.

Produbel una vez al año presenta shows de peluquería, que son una estupenda oportunidad de crecer para los estilistas y peluqueros, pues ahí se informan sobre lo más innovador en cortes, tinturas y estilos para el cabello. Además, a través de la escuela Ask education for hairdressers, red internacional de enseñanza con más de 90 academias en el mundo, imparte seminarios, cursos, demostraciones para que su público objetivo domine el arte y asimile el concepto de la peluquería.

La división “Schwarzkopf Professional” ocupa la cuarta posición entre las exclusivas marcas de salón.

3.2 Filosofía corporativa

3.2.1 Misión

Somos una empresa comercializadora que ofrece a nuestros clientes productos de belleza para peluqueros, basados en una entrega completa y oportuna, con seguimiento en educación y con un manejo ético, honesto y responsable que garantiza la confiabilidad y estabilidad de nuestra empresa (Produbel Cosmetica Comercial Cía. Ltda., 2010).

3.2.2 Visión

“Tenemos los productos más vanguardistas del mercado, somos líderes en servicio y compartimos con nuestros clientes las experiencias más emocionantes del mundo de la peluquería, para ganar más clientes satisfechos y fieles a nuestra empresa” (Produbel Cosmetica Comercial Cía. Ltda., 2010).

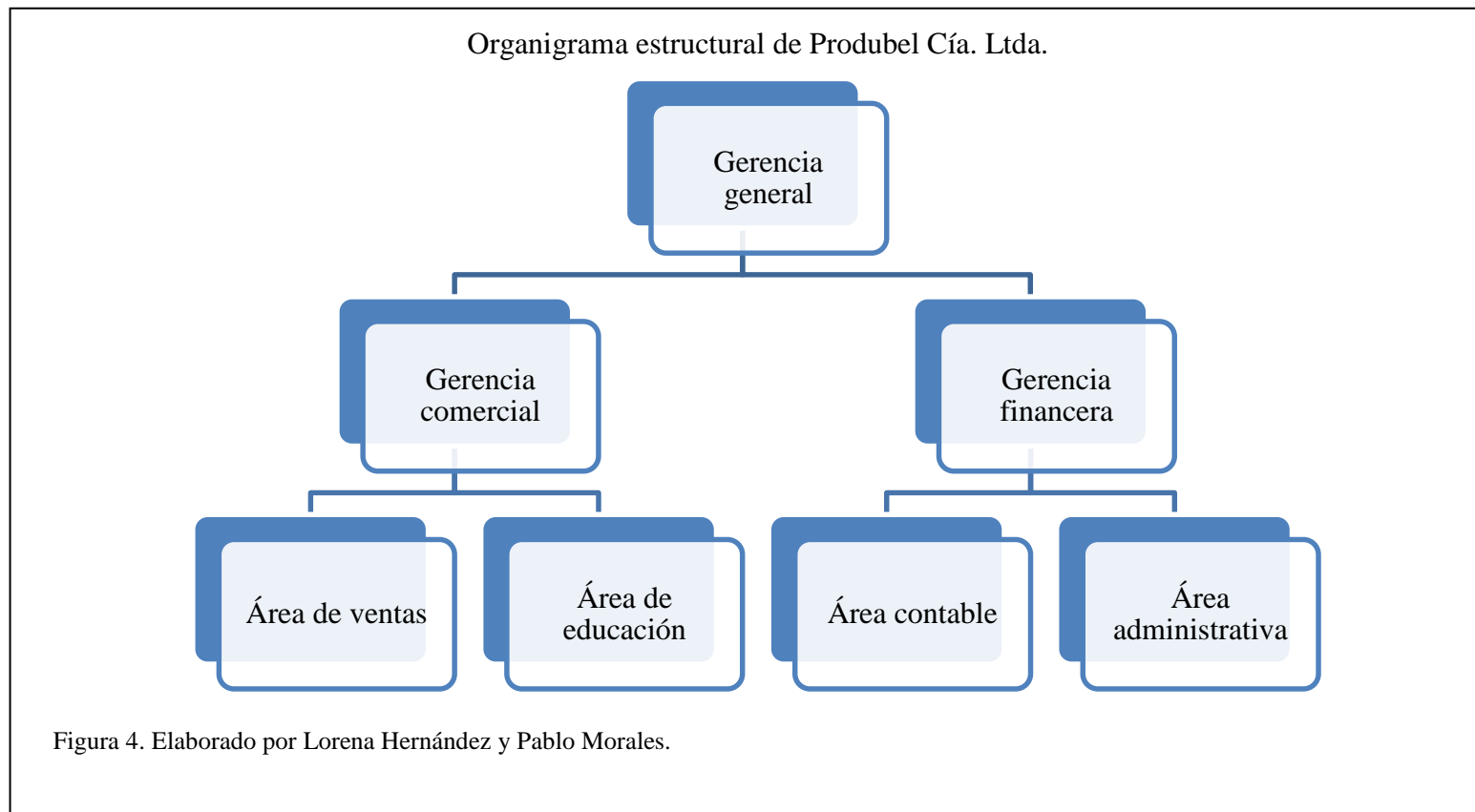
3.2.3 Valores empresariales

Los valores corporativos emprendidos por Produbel son:

- ✓ Estamos orientados al servicio de nuestros clientes
- ✓ Nuestro éxito se basa en nuestra gente
- ✓ Trabajamos en equipo
- ✓ Somos honestos y transparentes
- ✓ Nos comunicamos abiertamente
- ✓ Hablar con la verdad (Produbel Cosmética Comercial Cía. Ltda., 2010).

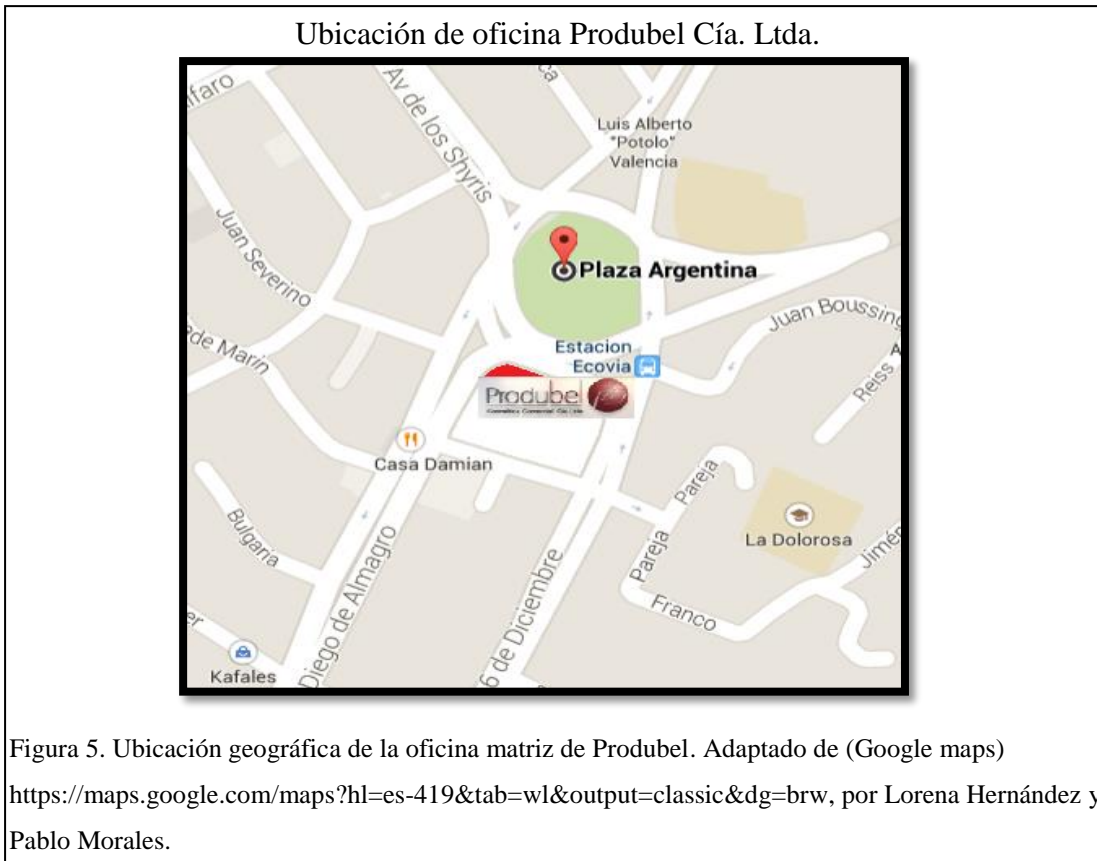
3.2.4 Organigrama estructural

De acuerdo a la investigación de campo y a la entrevista realizada al grupo interno de la empresa, diseñamos una estructura organizacional para Produbel, ya que esta no cuenta con un organigrama formalizado.



3.3 Ubicación de oficina Produbel

Produbel se encuentra ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, en las calles Juan Severino E8-38 y Diego de Almagro, edificio. Argentina Plaza piso 7, oficina 701.



3.4 Productos y servicios

Produbel ofrece productos capilares de la línea Schwarzkopf Profesional y también representa con soporte técnico y capacitación.

3.4.1 Productos comercializados

Los productos que comercializa Produbel se encuentran optimizados para la biodegradabilidad.

La Empresa multinacional Henkel (2012), menciona acerca de su compromiso de liderazgo basado en el diseño y producción de productos orientados a la sostenibilidad:

Valuamos el impacto medioambiental de nuestros productos en todo su ciclo de vida con el objetivo de mejorar sistemáticamente nuestra completa gama de productos. Ya en el inicio de desarrollo de un producto, calculamos la huella de carbono de nuestros productos cosméticos. Esto engloba todos los gases de efecto invernadero relevantes para el medio ambiente en toda la cadena de valor del producto, desde la compra de las materias primas, hasta su fabricación, su uso y la generación de residuos. Los resultados obtenidos nos permiten definir áreas de mejora por categoría.

A continuación se detallan las líneas de los productos comercializados:

- ✓ Línea Bonacure: especializada en terapia de cuidado capilar, dentro de esta línea se encuentra las siguientes sub líneas;
 - Fibre Force: para cabellos extremadamente dañados.
 - Repair Rescue: para cabellos dañados.
 - Color Freeze: para cuidados de color.
 - Moisture Kick: para hidratación.
 - Q10: para cabellos maduros.
 - Oil Miracle: para dar brillo y suavidad al cabello.
 - Hair Therapy: para anomalías capilares (caspa, caída, grasa).

- ✓ Línea Osis: para dar textura y acabado.
- ✓ Línea Silhouette: para fijación fuerte y flexible.
- ✓ Línea 3D Mension: terapia de cuidado para hombres.
- ✓ Línea Igora Royal: coloración.
- ✓ Loción Activadora Tratante: peróxidos.
- ✓ Vibrance: coloración demi-permanente.
- ✓ Vario Blond: decolorantes.
- ✓ Línea Strait Therapy: para alisado japonés.
- ✓ Línea Glatt: para alisado normal.
- ✓ Línea Natural Styling: para permanentes (Produbel Cosmetica Comercial Cía. Ltda., 2010).

3.5 Determinación del ciclo de vida de Produbel

Para el desarrollo de las actividades diarias, Produbel valora los impactos socio-económicos de los productos y servicios a lo largo de toda su cadena de valor, es decir, desde la etapa de importación, pasando por la distribución, hasta su venta final.

Por ello diseñamos el ciclo de vida de Produbel, que se ajusta a su cadena de valor identificando a las partes que involucra en sus procesos desde su abastecimiento hasta el consumidor final:

Ciclo de vida de Produbel Cía. Ltda.

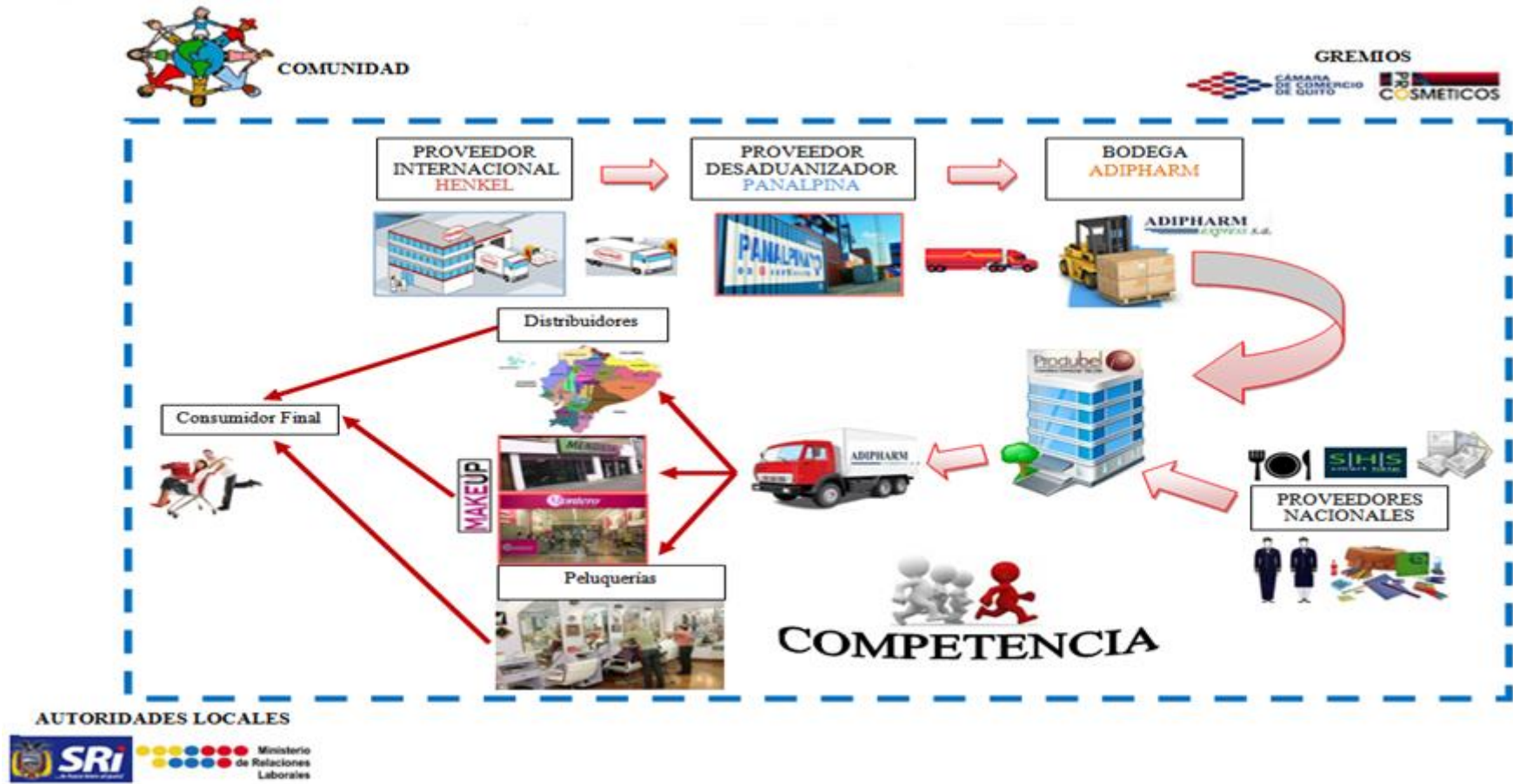
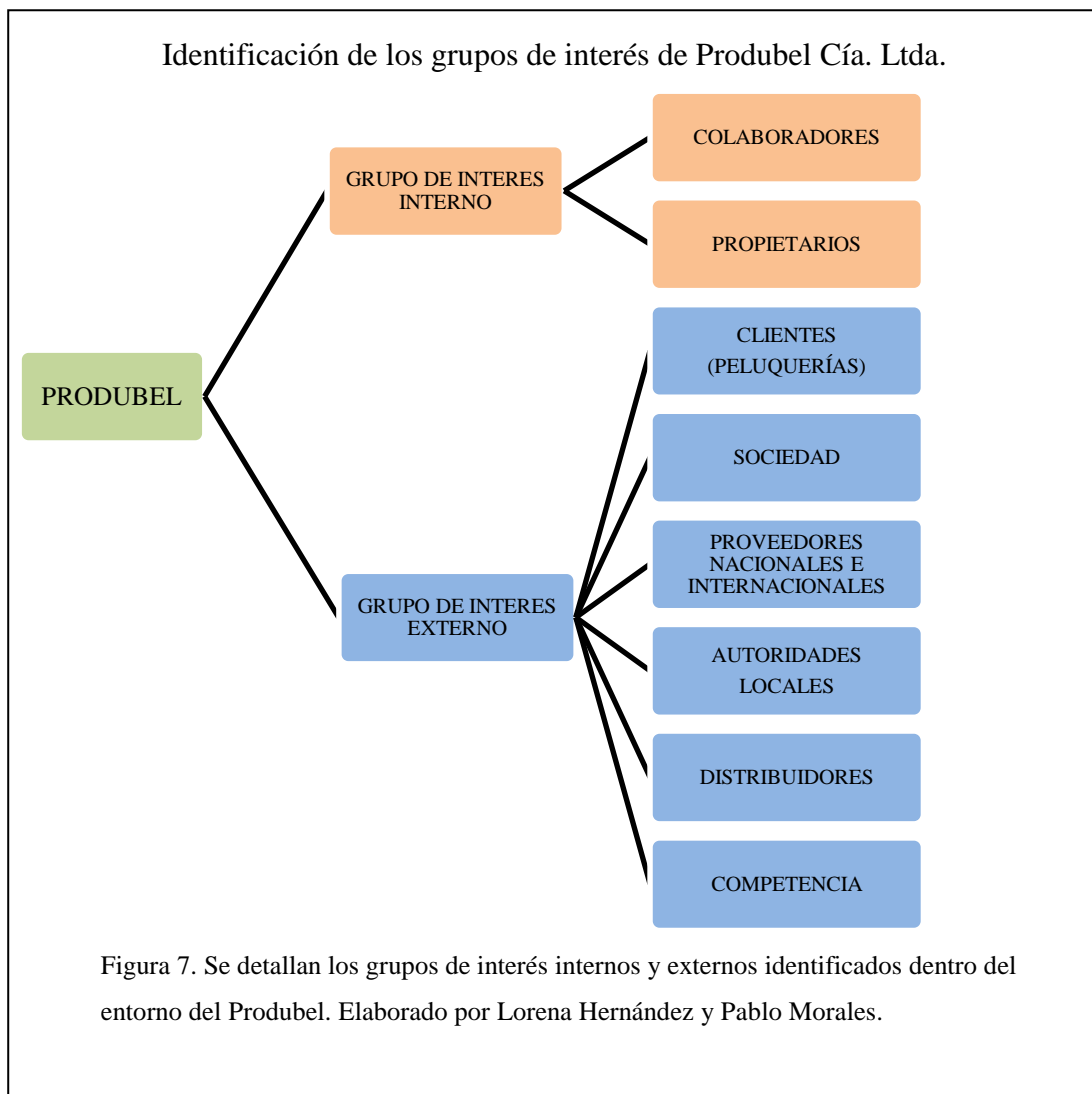


Figura 6. Determinación de ciclo de vida, identificado los grupos de interés que se encuentran en el entorno de Produbel. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.6 Identificación de los grupos de interés de Produbel

Con base al ciclo de vida que Produbel posee desde su cadena de abastecimiento hasta la comercialización identificamos a los grupos de interés internos y externos que la empresa tiene a lo largo de su giro de negocio.

Los grupos de interés de Produbel son aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, reflejado en su ciclo de vida. Los grupos de interés que se identificó para Produbel tanto internos como externos de la empresa son:



3.6.1 Grupos de interés internos

Para poder desarrollar un análisis del grupo de interés interno de Produbel se realizó una descripción de cada uno de los involucrados en este caso de los colaboradores y propietarios.

3.6.1.1 Propietarios

Los propietarios constituyen la máxima autoridad, la cual tienen la responsabilidad de trabajar en la generación de negocios con proveedores y clientes, asegurando la calidad de vida laboral en las actividades afectadas por sus decisiones.

Los propietarios de Produbel son:

- ✓ Carlos Villacis de La Torre - Gerente general
- ✓ María Gabriela Ormaza Jácome - Gerente comercial
- ✓ Carlos Iván Alzamora Villacis - Gerente financiero

3.6.1.2 Colaboradores

La empresa cuenta en su nómina con 11 personas entre funcionarios y colaboradores mismos que están divididas de la siguiente manera:

Tabla 11. Colaboradores de Produbel

Área	Cargo
Administrativa	Jefe administrativo
	Contabilidad
	Facturación
	Recepción
	Limpieza
Ventas	Jefe de ventas
	Supervisora de ventas
	Asesor de negocios

Área	Cargo
Ventas	Asesor de negocios
	Asesor de negocios
Educación	Academia

Nota: distribución por áreas de los colaboradores que conforman Produbel Cía. Ltda. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Todos los colaboradores deben cumplir con el reglamento interno de trabajo, en el cual se detalla los deberes y obligaciones de todos quienes forman parte de Produbel.

3.6.2 Grupos de interés externos

El desarrollo de las actividades de Produbel se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: los proveedores, clientes, sociedad, competencia, autoridades gobierno y municipio.

3.6.2.1 Proveedores

La Empresa por su actividad económica en su abastecimiento posee proveedores importantes, ya que son el principal eje en el equilibrio del ciclo de vida de Produbel, para ello se cuenta con los siguientes proveedores:

- ✓ Proveedor internacional
- ✓ Proveedores nacionales

3.6.2.1.1 Proveedor internacional

Henkel fue fundada en 1876 en Aquisgrán por el empresario Fritz Henkel junto con otros dos socios con el nombre de Henkel & Cie.

Una de las marcas más conocidas de Henkel, el detergente Persil, fue creado en 1907 y desde entonces sigue produciéndose.

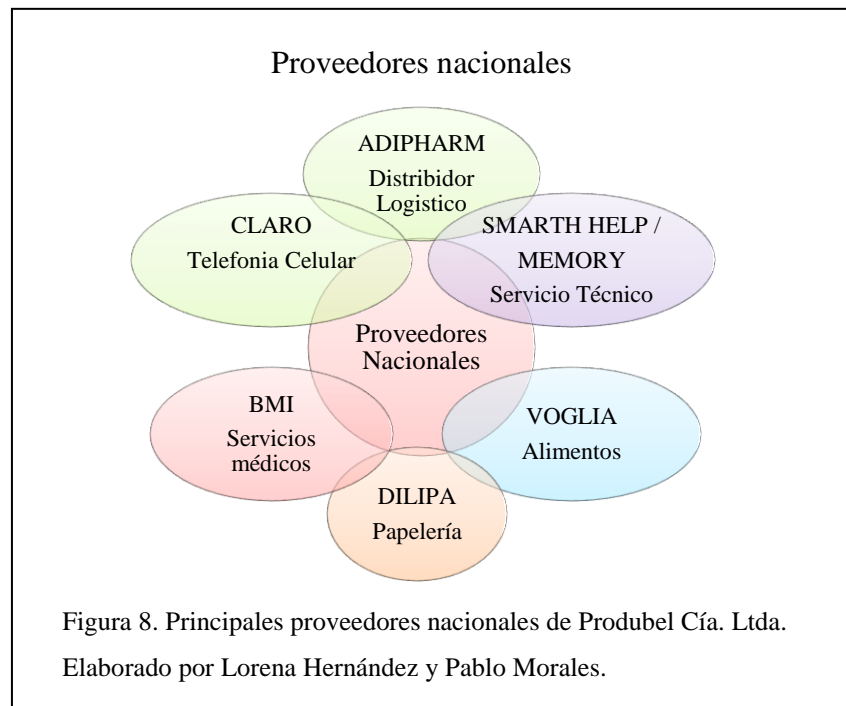
En 1883, la empresa amplió su lista de productos comercializados añadiendo tintes, detergentes líquidos y pomadas para el cabello. Es ahí que en 1996 Henkel adquiere la línea Schwarzkopf, primera marca de cuidado capilar en el mundo que creó el sistema de cuidado universal del cabello.

Durante el transcurso de los siguientes 130 años, esta familia alemana de empresarios y miles de empleados transformaron Henkel en una empresa global, proveedor europeo líder en el campo de la cosmética capilar. (Henkel, 2005)

Produbel depende de su mayor proveedor Henkel quien le provee los productos capilares de la línea Schwarzkopf Profesional.

3.6.2.1.2 Proveedores nacionales

Entre otros Produbel cuenta con proveedores nacionales que según nuestra investigación, los describimos a continuación:



3.6.2.2 Comunidad y sociedad

Las empresas como miembros de una comunidad deben comportarse como “buenos ciudadanos”, ajustados a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente.

Dentro de la comunidad y sociedad, que rodea a Produbel tenemos a las personas, vecinos, organizaciones y grupos sociales en general.

3.6.2.3 Clientes

Al ser Produbel la única empresa autorizada para la comercialización de productos de cosmética profesional de la línea Schwarzkopf, su mercado objetivo está enfocado a las peluquerías y almacenes de status medio-alto de la ciudad de Quito, así como de sub distribuidores a nivel nacional.

3.6.2.3.1 Peluquerías

La cartera de peluquerías de Produbel, hasta diciembre del 2014 ascendió aproximadamente a 200 peluquerías; a continuación se detallan las 5 principales:

- ✓ Gran Salón
- ✓ Khristones
- ✓ Rita Sipatova
- ✓ Rory
- ✓ Paolo

3.6.2.3.2 Almacenes y sub distribuidores

Produbel atiende a 4 almacenes en Quito; Make Up, Montero, FDC y Mendieta.

Para las provincias y regiones, Produbel posee sub distribuidores que son: Ramses en Ambato, Riobamba y Oriente; Ecuabel en Santo Domingo y Esmeraldas; Cosmobell y Surtibel en Guayaquil.

3.6.2.4 Competencia

Ecuador posee un mercado diversificado en cuanto a belleza capilar, puesto que existen varias empresas que comercializan en el mercado que Produbel opera.

Dentro de la competencia podemos citar marcas como: Alfaparf, Tec Italy, Recamier, L'Oréal, René Chardon, y Wella que son comercializados por las empresas: Casa Moeller Martínez y Mercantil Garzozzi.

3.7 Análisis situacional y diagnóstico de Produbel frente a la (RSE)

En base al proceso que se definió en la figura No. 3 del capítulo 2, se realizó evaluación para determinar el estado actual de Produbel, elaboramos un detalle de acciones a implementar en el plan de (RSE), para finalmente realizar la difusión del mismo.

3.7.1 Diagnóstico inicial de la empresa

Para identificar el estado actual de Produbel frente a las acciones de (RSE) se definió realizarse lo descrito a continuación:

- ✓ Reunión con propietarios de Produbel para:
 - Convenir las fases de la investigación, en base a la cultura organizacional y enfoque estratégico.
 - Tratar el compromiso, participación y colaboración en las fases de investigación.
 - Intercambios de criterios para identificar la ventaja competitiva a fortalecer con el plan de (RSE).
 - Determinación de ciclo de vida o cadena de valor de la empresa.
 - Aplicación de un cuestionario para evaluar el grado de conocimiento frente a la (RSE).
 - Acuerdo de confidencialidad de la información proporcionada.

✓ Entrevistas con propietarios y funcionarios para:

- Definición de líderes que participaran en el proceso de diseño del Plan de (RSE).
- Descripción de un conocimiento integral de la empresa.
- Aplicación de un cuestionario para evaluar el grado de conocimiento frente a la (RSE).
- Determinación de brechas, impactos positivos negativos.
- Identificación de oportunidades y fortalezas.

3.7.1.1 Síntesis de la entrevista realizada

En base a la reunión efectuada el día 24 de noviembre del año 2014, se formuló una entrevista a los propietarios de Produbel con el propósito de conocer de manera general consideraciones de (RSE).

Dentro de la entrevista destacamos que sus propietarios tienen un conocimiento de la importancia que implica mantener consideraciones de (RSE). La empresa y sus colaboradores están abiertos y consientes que implementar acciones de responsabilidad social es una inversión, que a mediano y largo plazo darán una ventaja competitiva frente a su mercado. Así mismo, el cumplimiento de sus obligaciones impositivas y laborales es un tema primordial que la empresa asume con puntualidad. (Ver anexo No. 1).

✓ Aplicación de encuestas hacia los grupos de interés para:

- Desarrollo y aplicación encuestas para los grupos de interés identificados.
- Sistematización e interpretación de resultados.
- Priorización de temas a implementarse en el plan.

3.7.1.2 Síntesis de las encuestas realizadas

Una vez cumplida la fase de recolección de información mediante la aplicación de encuestas, se prosiguió a la tabulación, ordenamiento y procesamiento de los datos así se procedió al registro de la información estadística. (Ver tablas No. 7 a la 10).

En resumen los resultados de las encuestas efectuados a los grupos de interés son:

- No posee un código de ética.
- No posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
- No cuentan con un programa de cuidado del medio ambiente.
- No se realiza un plan de capacitación continua hacia sus colaboradores.
- Las peluquerías y proveedores no tienen conocimiento acerca de la filosofía empresarial de Produbel.
- La empresa no incentiva a participar a las peluquerías en actividades de interés común.
- La empresa no promueve a sus peluquerías y proveedores buenas prácticas ambientales.
- No posee un programa de apoyo a la comunidad.

3.7.2 Metodología aplicada para el plan de (RSE)

En base a la recolección de información a través de las técnicas y fuentes de información mencionadas en el capítulo 2, se procedió a realizar el diagnóstico de Produbel para identificar el grado de conocimiento y aplicación acerca de la (RSE).

Para ello se utilizó la metodología del Instituto Ethos aplicada por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC), que se basa en un cuestionario que está dividido en siete ejes, y en cada una de ellas una serie de indicadores:

Tabla.12 Metodología del Instituto Ethos

No.	Eje	Indicadores
1	Valores transparencia y gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> - Compromisos Éticos - Cultura organizacional - Gobierno corporativo - Relaciones con la competencia - Balance Social
2	Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Criterios de selección y evaluación de proveedores - Trabajo infantil en la cadena de proveedores - Relaciones en las cadenas de proveedores
3	Público interno	<ul style="list-style-type: none"> - Salud, seguridad y condiciones laborales - Valoración de la diversidad - Compromiso con el desarrollo profesional - Gestión participativa - Relaciones con sindicatos - Política de remuneración y beneficios - Compromiso con el desarrollo infantil - Clima laboral - Compromiso con el futuro de los niños - Comportamiento en los despidos - Plan de retiro - Relaciones con colaboradores tercerizados
4	Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - El medioambiente como compromiso empresarial - Prácticas de cuidado del medio ambiente - Impacto medioambiental - Sustentabilidad de la economía forestal - Minimización de residuos
5	Cientes / consumidores	<ul style="list-style-type: none"> - Consideración de la opinión del cliente - Proceso de reclamaciones - Marketing y comunicación - Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios
6	Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> - Política de apoyo a la comunidad - Voluntariado y participación - Financiamiento de acciones sociales - Relaciones con organizaciones locales
7	Gobierno y sociedad	<ul style="list-style-type: none"> - Participación política - Contribución para campañas políticas - Prácticas anticorrupción - Participación en proyectos sociales gubernamentales - Construcción de la ciudadanía

Nota: Explicación de los 7 ejes e indicadores que menciona la metodología del Instituto Ethos.

Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Los indicadores tienen a su vez sub indicadores que se plantean como afirmaciones respecto a las acciones y políticas implementadas por la empresa. Para cada afirmación existen 3 alternativas posibles de respuesta. Se deberá señalar la que mejor describe la acción de Produbel. Los puntos asignados varían de 0 a 2, donde:

“NO” = 0 punto

“En Parte” = 1 punto

“SÍ” = 2 puntos

Si se considera que alguna de las afirmaciones del cuestionario no aplican a la empresa, se deberá dejar en blanco la casilla, ya que si marca como NO equivaldrá a un 0, impactando en el resultado final de su evaluación (ADEC, 2009).

A continuación se detalla el cuestionario de evaluación por cada eje que fue aplicado a Produbel en base a la investigación realizada:

3.7.2.1 Valores, transparencia y gobierno corporativo

Tabla 13. Indicador compromisos éticos

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa tiene explicitada su misión, visión y valores.		1	
2	En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial.			0
3	En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa.			0
4	En la redacción de la misión y visión se hacen consultas externas a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.).		1	
5	La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente.		1	
6	La misión y visión es difundida públicamente a nivel interno y externo (cartelera, sitio web, publicaciones, etc.).	2		
7	La empresa dispone de un código de ética o conducta formal.			0
8	El código de ética o conducta es refrendado por todos los trabajadores de la empresa.			0
9	El código de ética o conducta contempla las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medioambiente, clientes, comunidad, gobierno y accionistas.			0
10	La empresa estimula la coherencia entre los valores y principios de la organización y la actitud individual de los colaboradores.		1	
11	En las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética.		1	
Sub total		2	5	0

Nota: evaluación de los compromisos éticos de Produbel Cia. Ltda., frente a sus grupos de interés. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 14. Indicador cultura organizacional

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa difunde y educa en valores y en el código de ética regularmente.		1	
2	En los diagnósticos de clima laboral se evalúan cuestiones éticas (evaluación 360°, etc.).			0
3	La empresa ha cancelado o cancelaría contratos con proveedores por conductas no éticas de éstos.	2		
4	la empresa cancelaría contratos por considerar que los mismos o las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos.	2		
5	Posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.		1	
6	Existe la política de informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc. recibido u ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial.	2		
7	La empresa posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles situaciones de acoso ya sea sexual o de otra índole.		1	
8	la empresa dispone de normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa, ya sea por raza, sexo, religión, etc.		1	
Sub total		6	4	0

Nota: evaluación de la cultura organizacional que Produbel Cia. Ltda., posee frente a sus grupos de interés. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 15. Indicador gobierno corporativo

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente.	1		
2	La empresa redacta anualmente una memoria.			0
3	En la Memoria, se hace mención a actividades de responsabilidad social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.).			0
4	Se incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y adquisición.	2		
5	La empresa posee documentación que respalda lo respondido en el presente cuestionario.	2		
Sub total		5	0	0

Nota: evaluación del gobierno corporativo con el que cuenta. Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 16. Indicador relaciones con la competencia

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se establecen principios relacionados a la competencia en el código de conducta o en la declaración de valores de la empresa.			0
2	Se posee una política de no utilización de los defectos o debilidades de los productos o servicios de la empresa.		1	
Sub total		0	1	0

Nota: evaluación de la relación que tiene Produbel Cía. Ltda., con la competencia. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 17. Indicador balance social

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Elabora un balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.			0
2	Las informaciones sobre la situación económica-financiera de las actividades de la empresa son auditadas en forma externa.			N/A
3	La empresa pública en internet datos sobre aspectos económicos, financieros, sociales y ambientales de sus actividades.			0
Sub total		0	0	0
Total puntaje eje		13	10	0

Nota: evaluación del balance social que posee Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.2 Proveedores

Tabla 18. Indicador criterios de selección y evaluación de proveedores

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Cuando inicia una relación con un nuevo proveedor, la empresa se interesa en conocer sus principios, su política de responsabilidad social y se informa si el proveedor cumple con la legislación laboral, previsional y fiscal.		1	
2	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la responsabilidad social, el cumplimiento con la legislación y el respeto por los derechos humanos.		1	
3	Posee una política específica o un programa de responsabilidad social en la cadena de proveedores.			0
Sub total		0	2	0

Nota: evaluación de los criterios de selección y evaluación de proveedores que realiza Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 19. Indicador trabajo infantil en la cadena de proveedores

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil. Discute el tema con los proveedores y los estimula a cumplir con las leyes.	2		
2	Tiene como practica regular la verificación de existencia de mano de obra infantil en su cadena productiva.	2		
Sub total		4	0	0

Nota: evaluación del trabajo infantil en la cadena de proveedores con los que Produbel Cía. Ltda., opera. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 20. Indicador relaciones en las cadenas de proveedores

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa intenta orientar a los proveedores a seguir sus principios de responsabilidad social y se dispone a ayudarlos en su implementación.			0
2	Verifica constantemente las condiciones laborales que sus proveedores proporcionan a sus empleados en cuanto a cantidad de horas trabajadas/pagadas, condiciones de higiene, salarios, descansos, etc.			0
3	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores.		1	
4	Incluye entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad (cooperativas de pequeños productores, iniciativas solidarias, asociaciones barriales, etc.).			0
5	Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales solo en base a criterios comerciales.	2		
Sub total		2	1	0
Total puntaje eje		6	3	0

Nota: evaluación de las relaciones en las cadenas de proveedores de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.3 Público Interno

Tabla 21. Indicador salud, seguridad y condiciones laborales

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.		1	
2	Se capacita anualmente en salud y seguridad.			0
3	Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares.	2		
4	La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo.		1	
5	En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad.		1	
6	Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales.			0
7	Se promueven programas de combate al stress para los colaboradores, especialmente para los que desarrollan funciones más estresantes.			0
Sub total		2	3	0

Nota: evaluación del nivel de salud, seguridad y condiciones laborales que Produbel Cía. Ltda., ofrece a sus grupos de interés. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 22. Indicador valoración de diversidad

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Existe una política de valoración de la diversidad y no discriminación.			0
2	La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el código de conducta y/o declaración de valores de la empresa.			0
3	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados.			0
4	Existe una política de dar oportunidades a jóvenes.		1	
5	Existe una política de dar oportunidades a mujeres.		1	
6	Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres.	2		
Sub total		2	2	0

Nota: valoración de políticas de la diversidad de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 23. Indicador compromiso con el desarrollo profesional

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.		1	
2	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.			0
3	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa.			0
Sub total		0	1	0

Nota: evaluación del compromiso con el desarrollo profesional que mantiene Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 24. Indicador gestión participativa

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se brinda a los trabajadores información financiera.		1	
2	Se brinda a los trabajadores información de producción.	2		
3	Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos.	2		
4	Al ser admitidos, se realiza con los nuevos colaboradores actividades de integración y entrenamiento sobre los productos y servicios.	2		
Sub total		6	1	0

Nota: evaluación de la gestión participativa que mantiene Produbel Cía. Ltda., con sus grupos de interés. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 25. Indicador relaciones con sindicatos

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados.	N/A	N/A	N/A
2	Se prevén mecanismos de expresión de los trabajadores.	N/A	N/A	N/A
Sub total		N/A	N/A	N/A

Nota: Produbel Cía. Ltda., no posee sindicatos. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 26. Indicador política de remuneración y beneficios

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Existe un componente de participación en los resultados.		1	
2	Existen incentivos por desempeño.	2		
3	En los últimos dos años se aumentó el salario mínimo de la empresa en relación al salario mínimo vigente.	2		
4	La empresa cuenta con un manual de cargos, funciones y salarios.			0
5	La remuneración variable de la empresa representa menos del 20% del monto total de salarios.			0
Sub total		4	1	0

Nota: evaluación de la política de remuneración y beneficios con los que cuenta Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 27. Indicador compromiso con el desarrollo infantil

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se apoya a los padres que estén esperando familia a tener información sobre embarazo, cuidados especiales para los bebés, cursos prenatales, servicios médicos y sociales.			0
2	La empresa dispone de un centro de recursos para la familia, por ejemplo: una biblioteca con libros de texto y videos escolares que están a disposición de los hijos de colaboradores, así como otros materiales informativos sobre los más variados temas que puedan contribuir al bienestar de la familia.			0
3	Además de cumplir con las leyes relacionadas a la protección de la maternidad, paternidad, amamantamiento y guardería, prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación hacia las mujeres embarazadas.	2		
Sub total		2	0	0

Nota: evaluación del compromiso con el desarrollo infantil de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 28. Indicador clima laboral

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias.	2		
2	La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores.			0
3	La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores.			0
4	La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados.			0
Sub total		2	0	0

Nota: evaluación del clima laboral de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 29. Indicador compromiso con el futuro de los niños

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se discute con otras empresas o se presentan propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector de actividad empresarial, o de manera general.			0
2	La empresa posee un programa de contratación de pasantes.			0
3	La empresa cuenta con proyectos que contribuyen al desarrollo de los hijos de sus empleados, estimulando sus competencias técnicas y psicosociales.			0
Sub total		0	0	0

Nota: evaluación del compromiso que Produbel Cía. Ltda., tiene con el futuro de los niños. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 30. Indicador comportamiento de despidos

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido.			0
2	La empresa acompaña y evalúa periódicamente la rotación de los empleados y tiene una política de mejorar este indicador.			0
3	Ante la necesidad de reducción de personal se prevé una comunicación dirigida a los colaboradores que permanecen, sobre las razones que avalan la decisión tomada.		1	
Sub total		0	1	0

Nota: evaluación de políticas de despidos que cuenta Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 31. Indicador plan de retiro

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores.			0
2	La empresa participa en la elaboración de políticas públicas relacionadas a jubilados.	N/A	N/A	N/A
Sub total		0	0	0

Nota: evaluación de planes de retiro que posee Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 32. Indicador relaciones con los colaboradores tercerizados

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se integra a los colaboradores tercerizados en los programas de entrenamiento y desarrollo profesional.	N/A	N/A	N/A
2	La empresa posee una cantidad de colaboradores tercerizados inferior al 20% del total de contratados.	N/A	N/A	N/A
3	La empresa posee una política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa.	N/A	N/A	N/A
Sub total		0	0	0
Total puntaje eje		18	9	0

Nota: Produbel Cía. Ltda., no mantiene colaboradores tercerizados. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.4 Medio ambiente

Tabla 33. Indicador medioambiente como compromiso empresarial

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.			0
2	La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental.			0
3	La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente.			0
4	Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores.		1	
Sub total		0	1	0

Nota: evaluación del medioambiente como compromiso empresarial que posee Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 34. Indicador prácticas de cuidado del medio ambiente

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se promueve el reciclado de insumos y otros productos.			0
2	Se tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc., generados por la propia empresa.			0
3	Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa.		1	
4	Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua.	2		
5	Se implementan procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa.			0
6	Se implementan procesos para el destino de "otros" residuos generados en la empresa (vasos, cartuchos, papel, envases plásticos, etc.).			0
7	Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.			0
8	Se busca minimizar la liberación a la atmósfera de gases nocivos para la capa de ozono.			0
Sub total		2	1	0

Nota: evaluación de las prácticas de cuidado del medio ambiente por parte de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 35. Indicador impacto medioambiental

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades.			0
2	Provee a los consumidores y clientes informaciones detalladas sobre el impacto ambiental resultante del uso y del destino final de sus productos.			0
3	La empresa discute con sus colaboradores, consumidores, clientes y con la comunidad sobre el impacto ambiental causado por sus productos o servicios.			0
4	Se posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación de clientes, así como para la recolección o reciclaje de materiales tóxicos.			0
5	Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente.			0
Sub total		0	0	0

Nota: evaluación del impacto medioambiental que tiene los productos que Produbel Cía. Ltda., comercializa. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 36. Indicador sustentabilidad de la economía forestal

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa realiza visitas eventuales o programadas para realizar el monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros o forestales que utiliza.	N/A	N/A	N/A
2	Incentiva a los proveedores a obtener la certificación forestal	N/A	N/A	N/A
3	Prioriza y apoya a los proveedores en la búsqueda de sustentabilidad de los bosques.	N/A	N/A	N/A
Sub total		N/A	N/A	N/A

Nota: Produbel Cía. Ltda., no trabaja con producción forestal. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 37. Indicador minimización de residuos

No.	Cuestionario	Si	En parte	No
1	La empresa posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable.			0
2	Realiza acciones de control de la polución causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.			0
3	La empresa posee un sistema de monitoreo para el aumento de eficiencia energética, la reducción del consumo del agua, la reducción de residuos sólidos y la reducción de emisión de CO2 u otros gases de efecto invernadero a la atmósfera.			0
Sub Total				0
Total puntaje eje		2	2	0

Nota: evaluación de la minimización de residuos por parte de Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.5 Consumidores / clientes

Tabla 38. Indicador consideración de la opinión del cliente

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.			0
2	La empresa capacita a sus colaboradores en forma regular en "atención al cliente".			0
3	En la empresa existe un departamento de "atención al cliente" o una persona responsable de la atención a los clientes.		1	
4	Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes.		1	
5	Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios.		1	
6	La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones.			0
7	Posee una política de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor o cliente.			0
Sub total		0	3	0

Nota: evaluación sobre la consideración de la opinión del cliente. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 39. Indicador procesos del reclamaciones

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada.			0
Sub total		0	0	0

Nota: evaluación sobre cómo Produbel Cía. Ltda., controla los procesos de reclamos. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 40. Indicador marketing y comunicación

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).	2		
2	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece.	2		
3	La empresa promueve prácticas de ventas con criterios éticos.	2		
4	Existen políticas de comunicación externa alineadas a valores y principios éticos (propaganda que coloque a los niños, adolescentes, mujeres o minorías en situación de prejuicios, humillación o riesgos).	2		
5	Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa.			0
Sub total		8	0	0

Nota: evaluación del marketing y comunicación con la que Produbel Cía. Ltda., trabaja. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 41. Indicador conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre los daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores y clientes.			0
2	La empresa tiene un programa especial enfocado a la salud y seguridad del cliente y consumidor de sus productos y servicios.			0
3	La empresa se preocupa de no utilizar productos y servicios prohibidos en otros países.	2		
Sub total		2	0	0
Total puntaje eje		10	3	0

Nota: evaluación del conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios que comercializa Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.6 Comunidad

Tabla 42. Indicador política de apoyo a la comunidad

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad.		1	
2	Se consulta a los trabajadores para las acciones y/o programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa.		1	
3	La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.			0
4	Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos.			0
5	Se promueve la integración de personas con "discapacidad" en la empresa.			0
6	Se ofrece apoyo a instituciones educativas locales, impulsando y sosteniendo procesos de transferencia tecnológica a escuelas primarias y secundarias y se colabora con su equipamiento.			0
7	Siempre que sea necesario (y posible), la empresa colabora con la mejora de los equipamientos públicos de su zona, como en escuelas, puestos de salud, plazas, áreas verdes, etc.			0
8	Se desarrollan o apoyan proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.		1	
9	La empresa participa activamente de discusiones sobre problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones.			0
10	Se tienen prácticas de compra y de inversiones orientadas a favorecer el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que se encuentra.			0
11	La empresa mejora los impactos de la misma en la comunidad próxima más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.).			0
12	Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad en la que se encuentra.			0
Sub total		0	3	0

Nota: evaluación política de apoyo a la comunidad por parte Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 43. Indicador voluntariado y participación

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Se posee un programa de voluntariado empresarial.		1	
2	La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario.		1	
3	Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias.	2		
4	Los colaboradores desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia.		1	
5	La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya.	2		
6	La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario.			0
Sub total		4	3	0

Nota: evaluación de voluntariado y participación de Produbel Cía. Ltda., con los grupos de interés. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 44. Indicador financiamiento de proyectos sociales

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/u ONG's.		1	
2	La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario.		1	
3	Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad.			0
4	La empresa autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los colaboradores.			0
Sub total		0	2	0

Nota: evaluación del financiamiento de proyectos sociales por parte de Produbel Cía. Ltda., Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 45. Indicador relaciones con organizaciones locales

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa realiza un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos.			0
2	Realiza en la comunidad, en forma conjunta con organizaciones locales, campañas educativas y de interés público.			0
3	Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.			0
Sub total				0
Total puntaje eje		4	8	0

Nota: evaluación de las relaciones entre Produbel Cía. Ltda., con organizaciones locales. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.2.7 Gobierno y sociedad

Tabla 46. Indicador participación política

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	La empresa tiene una postura crítica frente a las campañas políticas. Promueve el debate, estimula el voto consciente y, en caso de que apoye a candidatos, es transparente.			0
2	La empresa informa a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscalizarlas.		1	
3	La empresa procura participar de organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en buscar de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad.	2		
Sub total		2	1	0

Nota: evaluación de las relaciones entre Produbel Cía. Ltda., con organizaciones políticas. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 47. Indicador contribución para campañas políticas

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Cuando la empresa financia una campaña política, se basa en criterios y reglas definidos internamente y permite a sus colaboradores acceder a informaciones sobre la decisión tomada.	N/A	N/A	N/A
2	La empresa tiene normas explícitas relacionadas a la no utilización del poder económico para influir en contribuciones de otras empresas, proveedores o distribuidores.	N/A	N/A	N/A
Sub total		N/A	N/A	N/A

Nota: Produbel Cía. Ltda., no realiza contribuciones para campañas políticas. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 48. Indicador políticas anticorrupción

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Existen políticas que sancionan a los colaboradores por estar involucrados en sobornos.			0
2	Posee una política explícita de no participar en procesos de licitación en los que se compruebe que existe manipulación de las ofertas.	N/A	N/A	N/A
Sub total		N/A	N/A	0

Nota: evaluación a Produbel Cía. Ltda., en cuanto a políticas anticorrupción. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 49. Indicador participación en proyectos sociales gubernamentales

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Establece convenios con organismos públicos con el objetivo de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, salud o infraestructura, así como para la erradicación del trabajo infantil o el trabajo forzado; incentivar la generación de empleos, seguridad alimenticia, etc.			0
Sub total		0	0	0

Nota: evaluación a Produbel Cía. Ltda., en participación en proyectos sociales gubernamentales. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 50. Indicador construcción de la ciudadanía

No.	Cuestionario	Sí	En parte	No
1	Estimula a los colaboradores a evaluar la actuación de las autoridades del gobierno.	2		0
2	Establece convenios con organismos públicos con el objetivo de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, salud o infraestructura, así como para la erradicación del trabajo infantil o el trabajo forzado; incentivar la generación de empleos, seguridad alimenticia, etc.			0
3	La empresa desarrolla actividades eventuales con foco en la educación cívica, abordando derechos y deberes.	2		0
Sub total		4	0	0
Total puntaje eje		6	1	0

Nota: evaluación de actividades para construcción de la ciudadanía. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.7.3 Calificación e interpretación de resultados

En base a la evaluación realizada a través de los cuestionarios descritos anteriormente procedimos a calificar y definir la puntuación bajo los parámetros establecidos por la metodología Ethos, a través de la fórmula:

$$\text{Puntaje alcanzado} / \text{total de ítems} = \text{puntuación}$$

Tabla 51. Calificación de resultados

Ejes / Indicadores	Sí	En parte	No	Puntaje alcanzado	Total de sub-indicadores respondidos	Puntuación alcanzada
Eje: Valores transparencia y gobierno corporativo	13	10	0	23	28	0.82
Compromisos éticos	2	5	0	7	11	0.64
Cultura organizacional	6	4	0	10	8	1.25
Gobierno corporativo	5	0	0	5	5	1
Relaciones con la competencia	0	1	0	1	2	0.50
Balance social	0	0	0	0	2	0
Eje: Proveedores	6	3	0	9	10	0.90
Criterios de selección y evaluación de proveedores	0	2	0	2	3	0.67
Trabajo infantil en la cadena de proveedores	4	0	0	4	2	2.00
Relaciones en las cadenas de proveedores	2	1	0	3	5	0.60
Eje: Público Interno	18	9	0	27	39	0.69
Salud, seguridad y condiciones laborales	2	3	0	5	7	0.71
Valoración de diversidad	2	2	0	4	6	0.67
Compromiso con el desarrollo profesional	0	1	0	1	3	0.33
Gestión participativa	6	1	0	7	4	1.75
Relaciones con sindicatos	N/A	N/A	N/A	0	0	0
Política de remuneración y beneficios	4	1	0	5	5	1.00
Compromiso con el desarrollo infantil	2	0	0	2	3	0.67
Clima laboral	2	0	0	2	4	0.50
Compromiso con el futuro de los niños	0	0	0	0	3	0
Comportamiento de despidos	0	1	0	1	3	0.33
Plan de retiro	0	0	0	0	1	0
Relaciones con los colaboradores tercerizados	N/A	N/A	N/A	0	0	0

Ejes / Indicadores	Sí	En parte	No	Puntaje alcanzado	Total de sub-indicadores respondidos	Puntuación alcanzada
Eje: Medio ambiente	2	1	0	3	20	0.15
El medioambiente como compromiso empresarial	0	0	0	0	4	0
Prácticas de cuidado del medio ambiente	2	1	0	3	8	0.38
Impacto medioambiental	0	0	0	0	5	0
Sustentabilidad de la economía forestal	NA	N/A	N/A	0	0	0
Mínimización de residuos	0	0	0	0	3	0
Eje: Consumidores / clientes	10	3	0	13	15	0.87
Consideración de la opinión del cliente	0	3	0	3	7	0.43
Procesos del reclamaciones	0	0	0	0	1	0
Marketing y comunicación	8	0	0	8	4	2.00
Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios	2	0	0	2	3	0.67
Eje: Comunidad	4	5	0	9	25	0.36
Política de apoyo a la comunidad	0	2	0	2	12	0.17
Voluntariado y participación	4	3	0	7	6	1.17
Financiamiento de proyectos sociales	0	0	0	0	4	0
Relaciones con organizaciones locales	0	0	0	0	3	0
Eje: Gobierno y Sociedad	6	1	0	7	8	0.88
Participación política	2	1	0	3	3	1.00
Contribución para campañas políticas	N/A	N/A	N/A	0	0	0
Políticas anticorrupción	0	0	0	0	1	0
Participación en proyectos sociales gubernamentales	0	0	0	0	1	0
Construcción de la ciudadanía	4	0	0	4	3	1.33

Nota: puntuación alcanzada por Produbel Cía. Ltda., en cada uno de los siete ejes. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Así mismo, una vez definida la puntuación alcanzada y considerando que 2 es la máxima puntuación, la calificación se establece en una escala del 1 al 5 para evaluar el estado del desempeño en (RSE); por lo tanto:

$$0.40 = 1$$

$$0.80 = 2$$

$$1.20 = 3$$

$$1.60 = 4$$

$$2.00 = 5$$

- ✓ La calificación 1 es el nivel mínimo que corresponde a una etapa básica de acciones que debería realizar la empresa, por lo tanto se encuentra en un nivel por debajo de las exigencias de (RSE).
- ✓ La calificación 2 representa una etapa intermedia de acciones donde la empresa tiene un aporte de inicio en sus prácticas de (RSE).
- ✓ La calificación 3 refleja que la empresa ya asimiló los conceptos de (RSE) y tiene claridad de los compromisos necesarios para una gestión socialmente responsable.
- ✓ La calificación 4 muestra que la empresa está bien informada de los temas emergentes de gestión y utiliza la (RSE) para alcanzar sus objetivos.
- ✓ Finalmente la calificación 5 representa un nivel de excelencia en las prácticas realizadas de (RSE).

Para la interpretación de los resultados, se consideró la sumatoria de los indicadores y sub indicadores contenidos en cada uno de los siete ejes, para ello elaboramos una tabla resumen y exponemos las calificaciones obtenidas de menor a mayor en cuanto al nivel de aplicación de (RSE) que realiza Produbel:

Tabla 52. Interpretación de resultados

Eje	Puntuación alcanzada	Calificación	Interpretación de calificación
Medio ambiente	0.15	1	La empresa tiene grandes oportunidades de mejorar, sin embargo aún no posee una gestión orientada a la (RSE). Los indicadores ayudarán a planear una forma más estructurada para aumentar la calidad y la extensión de las acciones dirigidas hacia la (RSE).
Comunidad	0.36	1	
Público interno	0.68	1	
Valores transparencia y gobierno corporativo	0.82	2	La empresa ya realiza acciones en el ámbito de la (RSE). Sin embargo es necesario realizar un análisis más detallado de los indicadores que conforman estos cuatro ejes, verificando en qué temas obtuvo una puntuación más alta y que contribuyó para el resultado. Se debe proponer prácticas positivas de (RSE) e ideas sobre cómo desarrollar acciones creativas y formas de superar los problemas detectados.
Consumidores / clientes	0.87	2	
Gobierno y sociedad	0.88	2	
Proveedores	0.90	2	

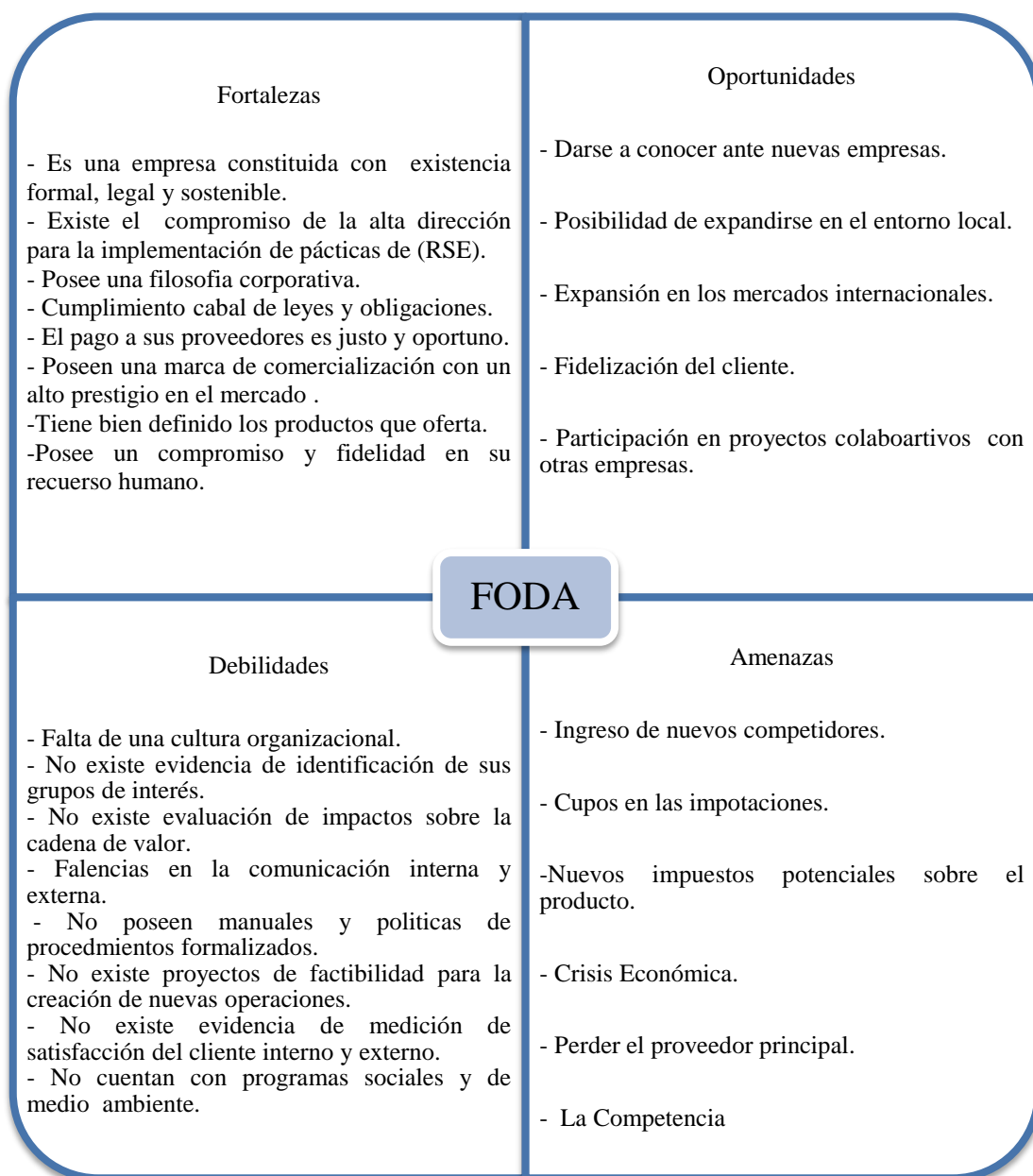
Nota: interpretación de resultados alcanzados por Produbel Cía. Ltda. Adaptado de (ADEC, 2009) por Lorena Hernández y Pablo Morales.

La interpretación de la calificación presentada en la tabla anterior, demuestra los ejes críticos (de color rojo) en donde Produbel debe priorizar inmediatamente el inicio de buenas prácticas de (RSE); mientras que los ejes (de color naranja) indican que Produbel tienen algunas iniciativas de aplicar (RSE), los cuales deben ser definidos y formalizados.

3.7.4 Determinación del análisis FODA de Produbel

Mediante la investigación y estudio ejecutado, realizamos un análisis FODA, que nos permitió conocer las fortalezas y debilidades que tiene Produbel frente a las acciones de (RSE):

Tabla 53. Análisis FODA de Probubel Cía. Ltda.

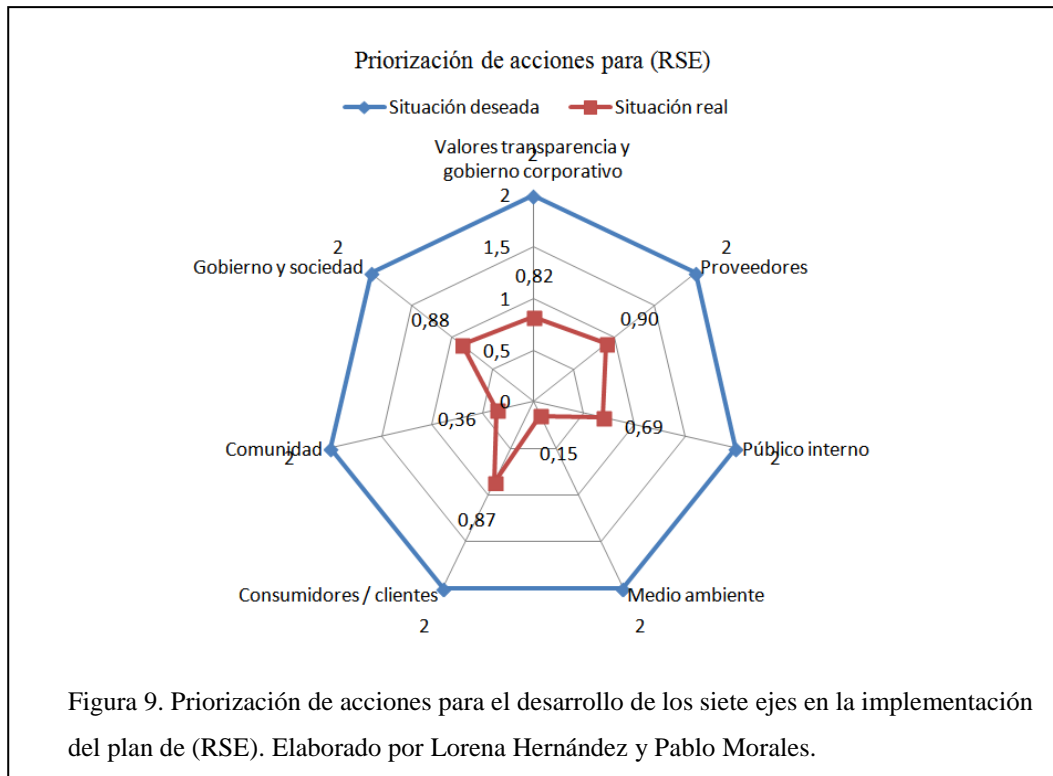


Nota: determinación y análisis FODA de Produbel Cía. Ltda., frente a sus grupos de interés. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.8 Acciones de (RSE) para Produbel

Para proponer las acciones a desarrollarse, elaboramos la tabla No. 52 correspondiente a la interpretación de resultados, donde se establece las brechas de los siete ejes analizados, los cuales deberán ser considerados para el desarrollo del plan, y que de acuerdo a la priorización de temas deberán ser implementados.

3.8.1 Priorización de acciones de (RSE) para Produbel



3.8.2 Acciones para el medio ambiente

“Las empresas, de un modo u otro, dependen de insumos del medio ambiente para realizar sus actividades. Es parte de su responsabilidad social evitar el desperdicio de tales insumos: energía, materias primas en general y agua” (ADEC, 2009, pág. 37).

A continuación elaboramos acciones de mejora basados en los resultados de la evaluación correspondiente al eje medioambiental:

- ✓ Capacitar al personal en temas orientados a la preservación medioambiental y prácticas de (RSE).
- ✓ Promover programas de reciclaje con los clientes internos y externos.
- ✓ Buscar alianzas con empresas de sistemas de tratamiento de residuos.
- ✓ Incentivar prácticas y ahorro de energía entre sus colaboradores.
- ✓ Promover prácticas de ahorro de consumo de agua entre sus colaboradores.
- ✓ Promover el desecho seguro de sustancias tóxicas.

3.8.3 Acciones para la comunidad

“La relación que tiene una empresa con la comunidad en la que se encuentra inserta, es uno de los principales ejemplos de la puesta en práctica de los valores con los cuales está comprometida” (ADEC, 2009, pág. 41).

De acuerdo a los resultados obtenidos citamos las acciones a realizarse en el eje de la comunidad:

- ✓ Promover reuniones entre Produbel y la comunidad e identificar las necesidades.
- ✓ Diseñar un programa de voluntariado donde formen parte los colaboradores y sus familias.
- ✓ Integrar en Produbel la contratación de personas con dificultades de inserción laboral.
- ✓ Colaborar en la formación de estudiantes mediante pasantías.
- ✓ Asesorar a la comunidad en materias que la empresa dispone de conocimientos y medios.

3.8.4 Acciones para el público interno

“Las empresas que valoran a sus empleados se valoran, en realidad, a sí mismas. Una empresa socialmente responsable realiza acciones que van más allá del respeto de los derechos laborales” (ADEC, 2009, pág. 33).

Las acciones para el cliente interno de Produbel se desarrollaron de la siguiente manera:

- ✓ Elaborar un reglamento o manual de seguridad y salud ocupacional.
- ✓ Generar un plan anual de capacitación.
- ✓ Medir el clima organizacional.
- ✓ Realizar charlas en temas de interés social y familiar.
- ✓ Motivar al personal con incentivos por buen desempeño y/o cumplimiento de metas.
- ✓ Crear un fondo de ahorro emergente.

3.8.5 Acciones de valores transparencia y gobierno corporativo

“Ser socialmente responsable es atender a las expectativas sociales, con transparencia, manteniendo la coherencia entre el discurso y la práctica” (ADEC, 2009, pág. 31).

A continuación elaboramos las acciones realizadas al eje de gobiernos corporativo:

- ✓ Redefinir la misión, visión y valores, tomando en cuenta consideraciones de (RSE).
- ✓ Construir un código de ética o conducta.
- ✓ Elaborar y formalizar la estructura organizacional y funcional.
- ✓ Construir una matriz legal.
- ✓ Realizar una memoria de sostenibilidad.

3.8.6 Acciones para los consumidores y clientes

“La empresa socialmente responsable ofrece calidad no solamente durante el proceso de venta, sino en toda su rutina de trabajo” (ADEC, 2009, pág. 40).

Las acciones para los clientes son:

- ✓ Implementar procedimientos para conocer el nivel de satisfacción de los clientes.
- ✓ Evaluar y compartir con los colaboradores los resultados de los reclamos y sugerencias efectuados por los clientes.
- ✓ Fomentar prácticas de consumo responsable.

3.8.7 Acciones para el gobierno y sociedad

Ser ético, en este caso, significa cumplir las obligaciones de recaudación de impuestos y tributos, nivelar los intereses de la empresa con los de la sociedad, comprometerse formalmente con el combate de la corrupción, contribuir en proyectos y acciones gubernamentales realizados para el perfeccionamiento de políticas públicas en el área social, educativa, etc. (ADEC, 2009, pág. 42).

Realizamos las siguientes acciones:

- ✓ Participar en diálogos con el gobierno.
- ✓ Elaborar una programa anticorrupción.

3.8.8 Acciones para los proveedores

“Todo emprendimiento socialmente responsable debe establecer un diálogo con sus proveedores, siendo transparente en sus acciones, cumpliendo los contratos establecidos, contribuyendo para su desarrollo e incentivando a los proveedores para que también asuman compromisos de responsabilidad social” (ADEC, 2009, pág. 32).

Realizamos las siguientes acciones:

- ✓ Medir la satisfacción que generan los proveedores.
- ✓ Incluir dentro de sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad.

3.9 Plan de (RSE) para Produbel

Las siguientes tablas están diseñadas para que Produbel planifique y controle sus acciones de (RSE) de una mejor manera. Las estrategias y acciones propuestas en las siguientes matrices no cubren la totalidad existente, pues estas se desarrollaron según las necesidades prioritarias de la empresa, su presupuesto y alcances.

Tabla 54. Matriz del plan para el medio ambiente

Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Capacitación en prácticas de (RSE).	Capacitar al personal en temas orientados a la preservación medioambiental y prácticas de (RSE).	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar a un especialista en gestión del medio ambiente. - Fijar fecha, hora y lugar para la capacitación con los colaboradores. - Realizar un taller y establecer temas de interés en prácticas medioambientales para Produbel. - Crear un compromiso ambiental para la empresa, en la que participen en su elaboración los trabajadores. 	USD 600 (mensuales)	Desde 01/06/2015 hasta el 31/08/2015	Personal capacitado en prácticas de cuidado del medio ambiente.
Tratamiento de residuos y reciclaje.	Promover programas de reciclaje con los clientes internos.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Reunir a los colaboradores e informar alternativas de un buen tratamiento de eliminación de residuos, que causen el menor impacto negativo en el ambiente. - Preferir el uso del correo electrónico para reducir el consumo de papel. - Reutilización de hojas de papel para trámites internos. - Separar los residuos en recipientes de basura de acuerdo a su origen (plástico/latas, papel/cartón, vidrio y basura orgánica) para eventualmente ser reciclados. 	USD 525 (mensuales)	Desde 01/07/2015 Hasta el 31/10/2015	Implementación de programas de reciclaje que ayude al cliente interno y externo al cuidado del medioambiente dentro y fuera de Produbel.
	Promover programas de reciclaje con los clientes externos.		<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar con las peluquerías y consumidores de forma que retornen productos usados y/o que pueda ser reutilizados o reciclados. - Incentivar a las peluquerías el reciclaje de los envases de los productos a cambio de recibir productos nuevos. 			

Tabla 54. Matriz del plan para el medio ambiente						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
	Promover el desecho seguro de sustancias tóxicas.		- Separar de forma segura todo lo que es tóxico, incluyendo lo que no aparenta ser perjudicial: pilas, cartuchos de tintas de impresoras y copadoras, tintas, solventes, etc.			
	Buscar alianzas con empresas de sistemas de tratamiento de residuos.		- Buscar empresas recicladoras y procesadoras de residuos. - Crear un convenio con la empresa recicladora. - Programar los días en el que pasará un camión retirando los envases vacíos.			
Energía Eficiente	Incentivar prácticas y ahorro de energía entre sus colaboradores.	Gerencia general	- Utilizar focos ahorradores. - Realizar aseo y mantenimiento de sistemas de iluminación y climatización. - Pintar paredes y tumbados con colores claros. - Solo encender las luces que sean necesarias. - Apagar los equipos en desuso. - Aprovechar la luz natural.	USD 167 (mensuales)	Desde 01/06/2015 Hasta el 31/08/2015	Reducción de costos y concientización de colaboradores en buenas prácticas ambientales.
Ahorro de agua.	Promover prácticas de ahorro de consumo de agua entre sus colaboradores.	Gerencia general	- Colocar llaves temporizadas en lavabos de baños. - Realizar mantenimiento en baños. - No arrojar materiales tóxicos en cañerías ni sifones. - Colocar grifería con filtros de agua para el consumo.	USD 167 (mensuales)	Desde 01/06/2015 Hasta el 31/08/2015	Aprovechamiento y optimización de los recursos naturales.

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para el medio ambiente. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 55. Matriz del plan para la comunidad						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Identificación de necesidades.	Promover reuniones entre Produbel y la comunidad e identificar las necesidades.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Definir a que comunidades se puede contribuir de acuerdo al giro de negocio de Produbel. - Reunirse con el representante de la comunidad. - Identificar las necesidades que presenta la comunidad; buscar soluciones conjuntas, priorizarlas y ordenarlas. - Establecer por escrito los acuerdos y compromisos que se decidieron en las reuniones con el representante de la comunidad. 	USD 100 (mensuales)	Desde 01/06/2015 Hasta el 30/09/2015	Optimas relaciones entre la comunidad y Produbel.
Proyectos de crecimiento y desarrollo comunitario.	Desarrollar programas de ayuda y apoyo a la comunidad.	Gerencia general y	<ul style="list-style-type: none"> - Invertir y brindar junto a los colaboradores de Produbel el apoyo y ayuda a sectores necesitados a fin de mejorar sus condiciones y aportar al desarrollo ordenado de la misma. - Coordinar junto a las peluquerías la recolección de cabellos para crear pelucas que sirvan para la donación a niños con cáncer. 	USD 1,217 (mensuales)	Desde 01/02/2016 Hasta el 31/07/2016	
	Asesorar a la comunidad en materias que la empresa dispone de conocimientos y medios.		Área administrativa y educación.			
Relación entre comunidad empresa.	Integrar en Produbel la contratación de personas con dificultades de inserción laboral.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Dar oportunidades de empleo en Produbel a personas con capacidades especiales. - Establecer alianzas con Conquito para selección. 	USD 300 (mensuales)	Desde 01/07/2015 Hasta el 31/12/2015	
	Colaborar en la formación de estudiantes mediante pasantías.		<ul style="list-style-type: none"> - Crear convenios con colegios y universidades que provean. - Establecer dentro de las políticas de contratación 	USD 500 (mensuales)	Desde 01/01/2016 Hasta el	

Tabla 55. Matriz del plan para la comunidad						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
			de Produbel la incorporación de pasantes: secundarios y de pre grado, mismos que puedan tener la oportunidad de formar parte de la empresa.		28/02/2016	

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para la Comunidad. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 56. Matriz del plan para el público interno

Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Implementación de Procedimientos favorables al trabajador.	Elaborar un reglamento o manual de seguridad y salud ocupacional (SSO).	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con disposiciones legales y normativas con respecto al colaborador, dándole a conocer sus derechos y obligaciones. - Diseñar un manual de (SSO), que contenga los temas citados: <ul style="list-style-type: none"> - Normas, procedimientos y prácticas del trabajo seguro, - Identificación y análisis de riesgos laborales, - Planes de contingencia, en casos de emergencia, - Señalética, - Orden y limpieza, - Prácticas y beneficios relacionados con la salud, - Chequeos médicos periódicos, - Equipamiento de protección individual. 	USD 1500 (mensuales)	Desde 01/01/2016 Hasta el 31/07/2016	Colaboradores comprometidos con el cumplimiento de los objetivos y metas empresariales.
	Generar un plan anual de capacitación.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un levantamiento anual de las necesidades de formación y entrenamiento que tiene el personal. - Elaborar un programa de capacitación para cada uno de los colaboradores. - Fomentar el crecimiento profesional, estableciendo alianzas y convenios con universidades. - Una vez instaurada el programa de capacitación, realizar la difusión entre los colaboradores. 			
Motivación y participación integral del colaborador.	Medir el clima organizacional.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una encuesta en cual se pueda conocer el grado de satisfacción que tienen los colaboradores dentro de Produbel. - Interpretar los resultados obtenidos de las encuestas. - Concluir midiendo el grado de motivación de los colaboradores. 	USD 500 (mensuales)	Desde 01/07/2015 Hasta el 31/08/2015	

Tabla 56. Matriz del plan para el público interno

Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
	Participar al personal de incentivos por buen desempeño y/o cumplimiento de metas.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer un programa de carrera y promoción para el personal. - Ofrecer financiamientos parciales o totales para el crecimiento profesional y económico de los colaboradores. - Conceder horarios especiales para el personal que ha ingresado al programa de capacitación. - Premiar y reconocer el buen desempeño laboral, mediante bonos, viajes, etc. 	USD 400 (mensuales)	Desde 01/09/2015 Hasta el 31/10/2015	
	Realizar charlas en temas de interés social y familiar.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Programar charlas mensuales de interés social y familiar. - Establecer que los colaboradores elaboren y dicten charlas como por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas medio ambientales, - Prácticas para motivar la cultura del ahorro, - Escuela para padres, - Prevención de enfermedades de transmisión sexual, - Prácticas de nutrición. - Manejo del estrés, - Conciliación de vida personal y vida laboral. 	USD 1300 (mensuales)	Desde 01/02/2016 Hasta el 31/07/2016	
	Crear un fondo de ahorro emergente.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar con cada colaborador la retención de un mínimo porcentaje de su remuneración, para la creación de un fondo de ahorro emergente. 	Sin costo	Desde 01/06/2015	

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para el público interno. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 57. Matriz del Plan para valores transparencia y gobierno corporativo

Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Alineación con el modelo de negocio y construcción de una cultura organizacional.	Redefinir la misión, visión y valores, tomando en cuenta consideraciones de (RSE).	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en la redacción de la misión, visión y valores con las distintas áreas de la empresa, proveedores, clientes y comunidad. - Establecer la misión, visión y valores alineándolos con la gestión de modelo de negocios de Produbel, bajo principios de (RSE). - Difundir la misión visión y valores a nivel interno y externo carteleras, sitios web, redes sociales, e-mailing etc. 	USD 500 (mensuales)	Desde 01/06/2015 Hasta el 31/01/2016	Filosofía organizacional alineada a principios de la (RSE).
	Construir un código de ética o conducta.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un código de ética donde se implemente temas como: <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación del código de ética - Principios y valores - Compromisos con los clientes internos y externos - Compromisos de conducta con la institución y el entorno - Conflictos de interés - Responsabilidades de la alta gerencia - Monitoreo del cumplimiento. - Difundir el código de ética a través del e-mailing, folletos, redes sociales, etc. - Evaluar continuamente a los colaboradores sobre el concommitamiento del código de ética. 			Clientes internos formados con principios éticos
	Elaborar y formalizar la estructura organizacional y funcional.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar y estandarizar los procesos que tiene Produbel en base a su giro de negocio. - Realizar un manual de procesos que incluya descripción y segregación de funciones. - Aprobar el manual de procesos. - Diseñar el organigrama en base a conocimientos y habilidades de los colaboradores. 			USD 1,000 (mensuales)

Tabla 57. Matriz del Plan para valores transparencia y gobierno corporativo						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
	Construir una matriz legal		- Elaborar una matriz legal donde se incorpore las leyes, decretos, ordenanzas, etc. que aplican sobre Produbel.			Cumplimiento de obligaciones y mantenimiento de buenas relaciones con el gobierno.
Medición del desempeño en acciones de (RSE).	Realizar una memoria de sostenibilidad.	Gerencia General	- Sistematizar el levantamiento de información y realizar una memoria anual de sostenibilidad, en base de los sistemas de gestión de (RSE). - Comunicar a los grupos de interés las acciones de (RSE) que Produbel desempeña en su ejercicio diario.	USD 500 (mensuales)	Desde 01/08/2015 Hasta el 31/07/2016	Facilitar a los grupos de interés la comprensión acerca del desempeño y los impactos de sostenibilidad que la empresa ejerce.

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para los valores transparencia y gobierno corporativo. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 58. Matriz del plan para los consumidores / clientes						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Consideración de la opinión de los clientes.	Implementar procedimientos para conocer el nivel de satisfacción de los clientes.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un sistema de atención y diálogo con los consumidores, capaz de recoger sugerencias, reclamos, peticiones y medir la satisfacción respecto a las características del producto o servicio recibido. Estos sistemas pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> - Buzón de quejas y sugerencias - Encuestas de satisfacción - Evaluar los resultados obtenidos mediante talleres grupales con los colaboradores y desarrollar estrategias para mejorar la satisfacción del producto y servicio ofertado a los consumidores. - Dentro del plan de capacitación anual de la empresa, considerar temas de atención al cliente. 	USD 500 (mensuales)	Desde 01/07/2015 Hasta el 31/10/2015	Implementación de canales de sugerencia.
	Evaluar y compartir con los colaboradores los resultados de los reclamos y sugerencias efectuados por los clientes.	y Área de ventas				
	Fomentar prácticas de consumo responsable.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Exponer ante los clientes el compromiso medio ambiental que Produbel desempeña al comercializar productos que han sido elaborados bajo procedimientos de biodegradabilidad con menor impacto ecológico. 			Reconocimientos y ventaja competitiva frente a su competencia y clientes por comercializar productos amigables con el ambiente.

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para los consumidores / clientes. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 59. Matriz del plan para el gobierno y sociedad						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Acuerdos con el gobierno para el cumplimiento de leyes.	Participar en diálogos con el gobierno.	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Participar con gremios y asociaciones para acercamiento con autoridades. - En base a las leyes y normativas que impacten a Produbel, establecer nuevas estrategias y alternativas de negocios. 	Sin costo	Hasta el 30/06/2015.	Consolidación en el negocio cosmético.
Prácticas anticorrupción	Elaborar una programa anticorrupción.		<ul style="list-style-type: none"> - Crear un programa anticorrupción para Produbel donde se incluya entre otros los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar una política que prohíba actividades; que impliquen falta de información, falta de representación, que supongan amenazas de coima. - Hacer conciencia respecto a la participación política responsable y cómo manejar los conflictos de interés. - Capacitar en prácticas para erradicar los sobornos y corrupción a lo largo de la gestión empresarial. - Comunicar los resultados obtenidos. 	Sin costo (Incluido en la elaboración del código de ética)	Hasta el 30/1/2015.	Empresa comprometida en desarrollar prácticas para combatir la corrupción

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados entre el gobierno y la sociedad. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

Tabla 60. Matriz del plan para proveedores						
Estrategia	Acciones planeadas	Responsables	Actividades y recursos	Presupuesto	Plazo	Resultado final esperado
Calificación de proveedores.	Medir la satisfacción que generan los proveedores	Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un registro acerca de las características de los proveedores. - Establecer ciertas exigencias mínimas para la selección de un determinado proveedor. - Exigir que toda transacción comercial sea debidamente documentada. - Realizar encuestas al finalizar procedimientos de: <ul style="list-style-type: none"> - Contratación, - A la entrega de productos y servicios, y - Al finalizar el pago. 	USD 667 (mensuales)	Desde 01/06/2015 Hasta el 31/08/2015	Proveedores calificados.
Oportunidades laborales a proveedores o grupos de comunitarios.	Incluir dentro de sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad.		<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una convocatoria a proveedores locales, cercanos geográficamente a las instalaciones de la empresa. - Promover la contratación de pequeñas y medianas empresas para generar desarrollo económico y social a las comunidades. 	USD 500 (mensuales)	Desde 01/03/2016 Hasta el 31/07/2016	Fortalecimiento y desarrollo económico a la comunidad.

Nota: estrategias, actividades, recursos y plazos para obtener los resultados esperados para proveedores. Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.9.1 Presupuesto del plan de (RSE)

Para la planificación del presupuesto del plan de (RSE) contamos con el apoyo de Dinámica ubuntu, empresa dedicada a la ejecución de consultorías para la implementación de sistemas de gestión de responsabilidad social, y para lo cual consideramos el tamaño de la empresa, la participación que se desea tener en temas de responsabilidad social y las metas que Produbel Cía. Ltda., desea obtener una vez implementado el plan. En base a estos componentes elaboramos un presupuesto del gasto que será incurrido para las estrategias propuestas en el plan, por un monto de USD 53,700.

De acuerdo a la información financiera proporcionada por Produbel Cía. Ltda., al 31 de diciembre del año 2014, sus ingresos brutos fueron de USD 1,100,000.

De la proyección de ingresos y gastos realizados por la empresa para el año 2015, Produbel Cía. Ltda., destinará un valor de USD 3,836, mensuales hasta la ejecución del plan, y será registrado contablemente como gasto de proyecto de (RSE).

A continuación se detalla mediante un flujo de efectivo los ingresos y egresos que conforma el presupuesto para el desarrollo del plan de (RSE):

Tabla 61. Flujo de efectivo (ingresos y egresos) del plan de RSE

AÑO	2015							2016						
MES	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.
TOTAL INGRESOS (aporte mensual en USD)	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836	3.836
Saldo Inicial (aporte mensual + saldo final mes anterior)	3.836	5.471	5.282	4.593	5.604	6.714	9.250	11.786	12.621	10.440	8.760	7.079	4.898	3.717
EGRESOS (estrategias)														
Capacitación en prácticas de (RSE).	600	600	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tratamiento de residuos y reciclaje.		525	525	525	525	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energía eficiente.	167	167	167	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ahorro de agua.	167	167	167	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Identificación de necesidades.	100	100	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Proyectos de crecimiento y desarrollo comunitario.	-	-	-	-	-	-	-	-	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217
Relación entre comunidad empresa.	-	300	300	300	300	300	300	500	500	-	-	-	-	-
Implementación de procedimientos favorables al trabajador.	-	-	-	-	-	-	-	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Motivación y participación integral del colaborador.	-	500	500	400	400	-	-	-	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	-
Alineación con el modelo de negocio y construcción de una cultura organizacional.	500	500	500	500	500	500	500	500	1.000	1.000	1.000	1.000	-	-
Medición del desempeño en acciones de (RSE).	-		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Consideración de la opinión de los clientes.	-	500	500	500	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Calificación de proveedores.	667	667	667	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oportunidades laborales a proveedores comunitarios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	500	500
TOTAL EGRESOS	2.200	4.025	4.525	2.825	2.725	1.300	1.300	3.000	6.017	5.517	5.517	6.017	5.017	3.717
Saldo final (saldo inicial - total de egresos)	1.636	1.446	757	1.768	2.879	5.414	7.950	8.786	6.605	4.924	3.243	1.062	(119)	-

Nota: flujo de efectivo, muestra el ingreso y egresos que fueron planificados para implementación del plan de (RSE). Elaborado por Lorena Hernández y Pablo Morales.

3.10 Comunicación del plan de (RSE)

Una vez obtenida la aprobación por parte de los propietarios de Produbel, se procederá a realizar los siguientes pasos:

- ✓ Reunión con los grupos de interés internos para dar a conocer el plan y la finalidad que este tiene para cada uno.
- ✓ Difundir a las partes involucradas externas por medio de (páginas web, e-mailing, redes sociales, etc.) el plan y el objetivo que tiene con cada uno de ellos.

Una vez comunicado las acciones a realizarse a todos los grupos de interés, se debe difundir los resultados obtenidos a través de un informe anual o a su vez elaborar una memoria de sostenibilidad.

CONCLUSIONES

El acercamiento a los grupos de interés mejora la relación de Produbel con ellos de tal forma que la empresa contribuye a su desarrollo y estos a su vez en el desarrollo de la empresa.

El comunicar e involucrar al personal en las actividades de (RSE) es un reto para los encargados de este tema, ya que los colaboradores formarán parte crucial para el éxito de los proyectos.

Al momento de definir los grupos de interés con los cuales se va a trabajar la empresa debe establecer acciones concretas y formales que le permiten realizar seguimientos continuos.

Al implementar el plan de (RSE) se crea consciencia social en los colaboradores, se preocupan más por el medio ambiente y la comunidad.

El darle mayor importancia al grupo de interés interno estamos contribuyendo a la motivación y satisfacción de los trabajadores, lo cual a su vez beneficia a la empresa ya que crea un ambiente laboral adecuado.

Se debe buscar espacios en los que diferentes grupos de trabajadores puedan visitar las fundaciones u organizaciones que la empresa apoya, esto permitirá un verdadero involucramiento de la gente.

Cada vez son más los consumidores o clientes que prefieren empresas, cuyos productos y servicios son amigables con el ambiente, o en general empresas que tienen políticas de (RSE).

Las empresas socialmente responsables mejoran su imagen y reputación frente a otras.

Es de suma importancia el enfatizar en la comunicación interna de los programas de (RSE) que la empresa realice, dicha comunicación debe ser eficaz y permanente de tal forma que los trabajadores se involucren en la gestión.

De acuerdo a la actividad socialmente responsables desarrolladas por Produbel hasta el momento, se pudo identificar que se carece de un programa propio de aportación a la comunidad.

RECOMENDACIONES

La empresa debe continuar con la implementación progresiva del plan propuesto.

Sería beneficioso para la empresa tratar de involucrar a los clientes y proveedores en las acciones de (RSE) para de esta manera se pueda aumentar el número de empresas socialmente responsables.

Se debe tomar en cuenta las observaciones y recomendaciones que realizan los trabajadores de la empresa con respecto a las acciones de (RSE).

Cualquier programa de (RSE) que se quiera implementar debe ir acompañado de un plan, de socialización y de herramientas que permitan dar un seguimiento continuo al avance de cada iniciativa.

Los propietarios de la empresa deben tener total convicción sobre los beneficios y la importancia de la (RSE) para que su implementación y sostenibilidad sean un éxito.

La empresa no debe descuidar el diálogo con sus grupos de interés para conocer sus expectativas y necesidades, de esta forma se logra una verdadera relación de confianza.

Posterior a la formalización de la (RSE) la empresa puede elaborar una memoria de sostenibilidad anualmente para transparentar toda la información económica, social e interna de la organización.

Dentro de la dimensión de la comunidad se deberá implementar un programa que contribuya al crecimiento de la misma, en el cual se impartan los conocimientos que poseen miembros que conforman la empresa.

LISTA DE REFERENCIAS

- Accountability Institute of Social and Ethical. (14 de Enero de 2006). *El compromiso con los stakeholders*. Recuperado el 10 de Febero de 2015, de <http://www.accountability.org/images/content/2/0/204.pdf>
- ADEC. (2009). *Responsabilidad social empresarial (RSE): guía de implementación para pymes*. Asunción: Proyectarse gabinete de responsabilidad.
- Bilbeny, Á., & Pes, N. (2012). *Emprender con Responsabilidad*. Madrid: LID Editorial Empresarial, S. L.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2009). *Libro III, Capítulo IV, Título II, Art. 59, literal d*. Quito.
- Constitución de la República de Ecuador. (2008). Montecristi: Asamblea Nacional República del Ecuador.
- Dinámica ubuntu. (15 de Noviembre de 2014). *Dinámica ubuntu*. Recuperado el 10 de Enero de 2015, de <http://dinamica.ec/articulos/>
- Ekos Negocios. (13 de Enero de 2011). *Empresas con Responsabilidad Corporativa*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/especiales/RSE/documentos/rse.pdf>
- García, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: España.
- Global Reporting Initiative. (2013). *Global Reporting Initiative*. Recuperado el 16 de Enero de 2015, de <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>
- Google maps. (s.f.). *Google Maps*. Recuperado el 28 de Enero de 2015, de <https://maps.google.com/maps?hl=es-419&tab=wl&output=classic&dg=brw>
- Henkel. (31 de Enero de 2012). *Compromiso de liderazgo basado en la sostenibilidad*. Recuperado el 16 de Febrero de 2015, de http://www.henkel.es/ess/content_data/Slim.brochure.Spanish2012.DEF.pdf
- Henkel. (13 de Enero de 2005). *Henkel*. Recuperado el 21 de Enero de 2015, de <http://www.henkel.com/>
- International Standard Organization. (18 de Febrero de 2010). *ISO 26000 - Social responsibility*. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de <http://www.iso.org/iso/ES/home/standards/iso26000.htm>

La Responsabilidad Social empresarial en la pymes. (s.f.). *CSR and competitiveness European SMEs` good practice*. Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de www.csr-in-smes.eu

Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Mejía, M., & Newman, B. (2011). *Responsabilidad Social Total*. México D.F.: Zimat Consultores Comunicación Total.

Moreno Bayardo, M. G. (2000). *Introducción a la Metodología de la Investigación Educativa II*. México: PROGRESO.

Ordenanza Metropolitana No. 333 del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2010). *Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito.

Perspectiva. (9 de Diciembre de 2012). *Perspectiva*. Recuperado el 18 de Enero de 2015, de <http://www.perspectiva.com.gt/la-materialidad-en-la-rse/#KEm1vDtSbu4ONLwy>

Produbel Cosmetica Comercial Cía. Ltda. (2010). Reglamento interno de trabajo. Quito.

Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García De La Torre, C. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial*. México D.F: Person Educación, Mexico, S. A.-

Rodriguez, A. O., & Santoja, M. A. (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España S. A. U.

Ruiz, Y. S. (2013). *Responsabilidad social de las organizaciones*. Madrid: Grupo 5.

Schwarzkopf Professional. (s.f.). *Schwarzkopf Professional Productos*. Recuperado el 10 de Enero de 2015, de <http://www.schwarzkopf-professional.es/skp/es/es/home/productos/marcas.html>

Suárez, M. (2004). *Monografías*. Recuperado el Viernes 10 de Enero de 2014, de Monografías: <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>

United Nations Global Compact. (25 de Agosto de 2013). *United Nations Global Compact*. Recuperado el 28 de Enero de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

Xunta de Galicia. (12 de Noviembre de 2014). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de http://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=20&Itemid=19&lang=es

Anexo 1. Entrevista realizada a los propietarios

No.	Pregunta	Respuesta
1	¿Qué entiende usted por responsabilidad social empresarial?	Es una responsabilidad que tienen las empresas para retribuir a las partes internas y externas con el fin contribuir en aspectos (económicos, sociales y ambientales).
2	¿Por qué es importante que una empresa sea socialmente responsable?	Es importante ya que genera en sus diferentes partes involucradas, mayor credibilidad, confianza y prestigio.
3	¿Cree usted que implementar la responsabilidad social es un gasto o una inversión?	Es una inversión, porque a mediano y a largo plazo se verán resultados económicos favorables para la empresa.
4	¿Piensa usted que en la actualidad la (RSE) es algo voluntario u obligatorio?	Es un tema voluntario, ya que depende de los principios que cada una de las empresas posee y de sus recursos que se mantengan.
5	¿Qué tan responsable socialmente es Produbel?	La empresa está abierta a desarrollar acciones de responsabilidad social, pero al momento no se ha definido planes.
6	¿Cree usted que los colaboradores estén dispuestos a formar parte de la (RSE)?	Contamos con grupo de colaboradores dispuestos al cambio, por lo que no habría inconvenientes de aplicar acciones de responsabilidad social.
7	¿Qué ventaja cree usted que tendría Produbel desarrollando acciones de (RSE)?	Mejorar la imagen frente al mercado y por lo tanto, la sustentabilidad del negocio, incrementando la lealtad con los clientes y sentido de compromiso con los colaboradores.
8	¿Produbel cuenta con una filosofía corporativa alineada a principios de (RSE)?	La empresa cuenta con una filosofía corporativa, pero aún no está alineada a consideraciones de responsabilidad social.
9	¿Produbel cumple con las obligaciones impositivas y laborales?	Uno de los temas más importantes que le preocupa Produbel, es estar al día con todas las obligaciones legales vigentes.
10	¿Produbel realiza acciones de (RSE) a la comunidad?	La empresa ha iniciado con aportes económicos a sectores vulnerables de la ciudad.
11	¿En que ayudaría tener un plan de (RSE) para Produbel?	Ayudaría a tener un conocimiento más amplio y lineamientos iniciales que la empresa debería fortalecer.

Anexo 2. Formato de encuesta para propietarios

Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objeto evaluar y medir el nivel de responsabilidad social que mantiene la empresa Produbel Cía. Ltda.

Nombre: _____

Instrucciones:

- Responder todas las preguntas con objetividad y franqueza.
- Llenar los espacios en blanco con una X o un ✓ para indicar que ha escogido su respuesta.
- Utilizar esfero, no lápiz

CUESTIONARIO – PROPIETARIOS

1. ¿Conoce usted que es la responsabilidad social empresarial?

SÍ:_____ **NO:**_____

2. ¿Produbel asegura un lugar de trabajo sostenible?

SÍ:_____ **NO:**_____

3. ¿La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales?

SÍ:_____ **NO:**_____

4. ¿La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias?

SÍ:_____ **NO:**_____

5. ¿La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya?

SÍ:_____ **NO:**_____

6. ¿Produbel comunica los resultados de su gestión de forma transparente, de fácil acceso, clara, equilibrada y cuantificable?

SÍ:_____ **NO:**_____

7. ¿Produbel tiene un manejo centralizado de sus envases para reciclarlos?

SÍ:_____ **NO:**_____

8. ¿Conoce usted los valores que promulga Produbel?

SÍ:_____ **NO:**_____

9. ¿Produbel cumple con las obligaciones leyes y normativas impositivas y laborales?

SÍ:_____ **NO:**_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objeto evaluar y medir el nivel de responsabilidad social que mantiene la empresa Produbel Cía. Ltda.

Nombre: _____

Instrucciones:

- Responder todas las preguntas con objetividad y franqueza.
- Llenar los espacios en blanco con una X o un ✓ para indicar que ha escogido su respuesta.
- Utilizar esfero, no lápiz

CUESTIONARIO - COLABORADORES

1. ¿Conoce usted que es la responsabilidad social empresarial?

SÍ:_____ **NO:**_____

2. ¿Conoce usted la misión, visión y valores que promulga la empresa?

SÍ:_____ **NO:**_____

3. ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un código de ética?

SÍ:_____ **NO:**_____

4. ¿La condición física y ambiental de las oficinas donde trabaja, considera que son las mejores?

MUY BUENA	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE

5. ¿Produbel trabaja respetando y cuidando el ambiente?

SÍ:_____ **NO:**_____

6. ¿Los colaboradores de la empresa son valorados y capacitados de manera permanente?

SÍ:_____ **NO:**_____

7. ¿Produbel cumple con sus compromisos adquiridos con transparencia, eficiencia y puntualidad?

SÍ:_____ **NO:**_____

8. ¿Produbel asegura un lugar de trabajo sostenible?

SÍ:_____ **NO:**_____

9. ¿Produbel considera la igualdad de trato en cuanto a género, edad, condición social, origen o nacionalidad, dando las mismas oportunidades?

SÍ:_____ **NO:**_____

10. ¿Produbel comunica los resultados de su gestión de forma transparente, de fácil acceso, clara, equilibrada y cuantificable?

SÍ:_____ **NO:**_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 4. Formato de encuesta para peluquerías

Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objeto evaluar y medir el nivel de responsabilidad social que mantiene la empresa Produbel Cía. Ltda.

Nombre: _____

Instrucciones:

- Responder todas las preguntas con objetividad y franqueza.
- Llenar los espacios en blanco con una X o un ✓ para indicar que ha escogido su respuesta.
- Utilizar esfero, no lápiz

CUESTIONARIO – PELUQUERÍAS

1. ¿Conoce usted los valores que promulga Produbel?

SÍ:_____ **NO:**_____

2. ¿Produbel cumple con sus compromisos adquiridos con transparencia, eficiencia y puntualidad?

SÍ:_____ **NO:**_____

3. ¿Usted conoce y participa en las campañas de buenas prácticas ambientales?

SÍ:_____ **NO:**_____

4. ¿Produbel incentivan a participar activamente para fomentar acciones de interés común?

SÍ:_____ **NO:**_____

5. ¿Produbel considera la igualdad de trato en cuanto a género, edad, condición social, origen o nacionalidad, dando las mismas oportunidades?

SÍ:_____ **NO:**_____

6. ¿Produbel innova sus productos y servicios de manera permanente?

SÍ:_____ **NO:**_____

7. ¿Produbel ofrece productos y servicios amigables con el ambiente?

SÍ:_____ **NO:**_____

8. ¿Usted conoce que Produbel tiene un manejo centralizado de sus envases para reciclarlos?

SÍ:_____ **NO:**_____

9. ¿Considera usted una oportunidad que Produbel tenga un programa de apoyo a la comunidad?

SÍ:_____ **NO:**_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5. Formato de encuesta para proveedores

Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objeto evaluar y medir el nivel de responsabilidad social que mantiene la empresa Produbel Cía. Ltda.

Nombre: _____

Instrucciones:

- Responder todas las preguntas con objetividad y franqueza.
- Llenar los espacios en blanco con una X o un ✓ para indicar que ha escogido su respuesta.
- Utilizar esfero, no lápiz

CUESTIONARIO – PROVEEDORES

1. ¿Conoce usted los valores que promulga Produbel?

SÍ:_____ NO:_____

2. ¿Produbel cumple con sus compromisos adquiridos con transparencia, eficiencia y puntualidad?

SÍ:_____ NO:_____

3. ¿Produbel trabaja respetando y cuidando el ambiente?

SÍ:_____ NO:_____

4. ¿Usted conoce y participa en las campañas de buenas prácticas ambientales?

SÍ:_____ **NO:**_____

5. ¿Produbel es generadora de trabajo y desarrollo?

SÍ:_____ **NO:**_____

6. ¿Produbel negocia con transparencia y establece relaciones contractuales?

SÍ:_____ **NO:**_____

7. ¿Produbel posee un plan de consulta de la satisfacción que brinda sus proveedores?

SÍ:_____ **NO:**_____

8. ¿Considera usted una oportunidad que Produbel tenga un programa de apoyo a la comunidad?

SÍ:_____ **NO:**_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!