



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Propuesta de un Modelo de Gestión con Responsabilidad Social
Empresarial para la Empresa Reyursa S.A de la ciudad de Machala,
Provincia de El Oro, año 2016.**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTOR: Rogel Gutiérrez, Edith Marlene

DIRECTOR: Rojas Hidalgo, Juan Francisco, MGL

CENTRO UNIVERSITARIO MACHALA

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ingeniero

Juan Francisco Rojas Hidalgo.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado **Propuesta de un modelo de gestión con Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Reyursa S.A de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, año 2016**, realizado por Edith Marlene Rogel Gutiérrez, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, septiembre de 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Edith Marlene Rogel Gutiérrez declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: Propuesta de un modelo de gestión con Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Reyursa S.A de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, año 2016, de la Titulación de Maestría en Gestión Empresarial, siendo el Ing. Juan Francisco Rojas Hidalgo director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

Autor: Edith Marlene Rogel Gutiérrez

Cédula: 1103537179

DEDICATORIA

La presente tesis realizada con responsabilidad y esfuerzo, lo dedico a mis padres quienes con sus palabras, consejos y amor me supieron guiar y dar apoyo para cumplir mis objetivos.

A mi esposo que con su amor, ayuda y perseverancia aportó para hacer realidad las metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento en primer lugar a Dios por otorgarme la vida y permitir seguir adelante, a mis padres Leandro y Yolanda, a la UTPL, a mi director de tesis Ing. Juan Francisco Rojas Hidalgo y a todos los docentes que con su enseñanza han aportado para fortalecer mis conocimientos.

A la Empresa Reyursa S.A, la misma que con su ayuda fue posible llevar a cabo este trabajo de Titulación.

A todos mis amigos que estuvieron motivándome constantemente para poder llegar a feliz término esta nuevo desafío emprendido en mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
1. CAPITULO I : INTRODUCCIÓN	5
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
1.1.1 Contexto de la investigación	6
1.1.2 Problema a investigar	6
1.1.3 Formulación del problema de investigación	7
1.1.4 Sistematización del problema.....	7
1.1.5 Justificación de la investigación.....	8
1.1.6 Objetivo General	9
1.1.7 Objetivos Específicos	9
1.1.8 Alcance.....	9
1.1.9 Hipótesis.....	10
2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1 MARCO TEÒRICO	12
2.1.1 Antecedentes	12
2.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial	14
2.1.3 Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial	15
2.1.4 Beneficios de la responsabilidad social empresarial	16

2.1.5	Principios y Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial según la Norma ISO 26000:2010	17
2.1.5.1	Principios de la Responsabilidad Social.....	17
2.1.5.2	Rendición de cuentas.....	18
2.1.5.3	Transparencia	18
2.1.5.4	Compromiso ético	18
2.1.5.5	Respeto a los intereses de las partes interesadas	19
2.1.5.6	Respeto al principio de legalidad	19
2.1.5.7	Respeto a la normativa internacional de comportamiento	20
2.1.5.8	Respeto a los derechos humanos	20
2.1.6	Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	20
2.1.7	Gobernanza de la organización	20
2.1.7.1	Derechos humanos	20
2.1.7.2	Prácticas laborales	21
2.1.7.3	Medio ambiente.....	21
2.1.7.4	Prácticas justas de operación.....	21
2.1.7.5	Asuntos de consumidores.....	22
2.1.7.6	Participación activa y desarrollo de la comunidad.....	22
3.	CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	24
3.1.	Origen de la Empresa	25
3.2.	Objetivos Institucionales	26
3.3.	Misión.....	26
3.4	Visión	26
3.5.	Valores.....	26
3.6	Políticas	27
3.7	Recurso humano	27
3.8	Infraestructura física.....	27

3.9. Problema Actual Entorno al Proceso.....	27
3.9.1 Factores Críticos, Antecedentes y Causas	27
3.9.2 Factores Internos	28
3.9.3 Factores Externos	28
3.9.4 Objetivos del análisis FODA.....	28
3.9.5 Matriz FODA.....	29
3.9.6 Evaluación de los Factores Internos	31
3.9.7 Evaluación de los Factores Externos	32
4 CAPITULO IV: METODOLOGÍA	35
4.1 Metodología de la investigación.....	36
4.1.1 Tipo de estudio	36
4.1.2 Método de investigación	36
4.1.3 Técnicas de recopilación de la información	36
4.1.4 Población y muestra	37
4.1.5 Definición de las variables	39
4.2 Tabulación de los resultados.....	45
4.2.1 Tabulación, Análisis e interpretación de los resultados	45
4.3 Informe de la responsabilidad social empresarial de la empresa Reyursa S.A.....	59
5 CAPÍTULO V: PROPUESTA	61
5.1 Diseño del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial según la Norma ISO 26000.....	62
5.2 Objetivo general de la propuesta para la empresa Reyursa S.A	63
5.2.1 Objetivos específicos.....	63
5.3 Estrategias del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial....	63
5.4 Plan de Acción para la Implementación del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Reyursa S.A	65
5.5 Presupuesto para ejecución.....	66
5.6 Evaluación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial	67

5.6.1 Aplicación de los principios de la Responsabilidad Social	68
5.6.1.1 Rendición de Cuentas	68
5.6.1.2 Transparencia.....	68
5.6.1.3 Compromiso Ético.....	69
5.6.1.4 Respeto a los intereses de las partes interesadas.....	69
5.6.1.5 Respeto al principio de legalidad	70
5.6.1.6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento.....	70
5.6.1.7 Respeto a los derechos humanos.....	70
5.7 Memorias de la Responsabilidad Social Empresarial.....	71
5.7.1 Rendición de Cuentas	71
5.7.2 Transparencia.....	71
5.7.3 Compromiso Ético.....	72
5.7.4 Respeto al interés de las partes interesadas	73
5.7.5 Respeto al Principio de Legalidad	74
5.7.6 Respeto a la Normativa Internacional de Comportamiento.....	75
5.7.7 Respeto a los Derechos Humanos	76
5.8 Aplicación de las Materia Fundamentales de Responsabilidad Social.....	77
5.8.1 Gobernanza de la organización.....	77
5.8.2 Derechos Humanos.....	78
5.8.3 Prácticas laborales	79
5.8.4 Medio Ambiente	79
5.8.5 Prácticas justas de operación	79
5.8.6 Asunto de consumidores.....	79
5.8.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad	80
5.9 Proceso para la Aplicación del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial.....	81
CONCLUSIONES.....	82

RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS.....	85

RESUMEN

La responsabilidad social se refiere a las medidas que la empresa implementa más allá de sus obligaciones legales buscando el bienestar de los seres vivos. La sostenibilidad se refiere a las acciones y operaciones que una organización realiza para proteger el medio ambiente y la ética es la manera correcta de hacer negocios.

Es precisamente, por este interés, que la presente investigación pretende realizar una propuesta de un modelo de gestión con Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Reyursa S.A de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, año 2016.

El implementar un modelo de gestión que considere al tema de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Reyursa S.A, no solo que es una prioridad, sino que se convierte en una decisión estratégica de vital importancia para la continuidad de la empresa, considerando que el 98% de sus contratos son con la empresa pública.

Para cumplir con el objetivo de esta investigación se seguirá los principios y elementos que se encuentran en el modelo de gestión basado en la Norma ISO 26000.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social, sustentabilidad, sostenibilidad, ética, modelo de gestión.

ABSTRACT

Social responsibility refers to the measures that the company implemented beyond its legal obligations seeking the welfare of living beings. Sustainability refers to the actions and operations that an organization takes to protect the environment and ethics is the right way of doing business.

It is precisely because of this interest, this research aims to make a proposal for a management model with Corporate Social Responsibility for the Company Reyursa S.A city of Machala, province of El Oro, 2016.

Implementing a management model that considers the issue of Corporate Social Responsibility in the company Reyursa SA, not only is a priority, but becomes a strategic decision of vital importance for the continuity of the company, considering that 98 % of its contracts are with public company.

To meet the objective of this research principles and elements found in the management model based on ISO 26000 will continue.

KEYWORDS: Social responsibility, sustainability, sustainability, ethics, management model.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación presenta un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial para la empresa Reyursa S. A, que le permita lograr la sostenibilidad y la sustentabilidad y por ende una ventaja competitiva frente a la competencia.

Este trabajo de investigación está realizado en cinco capítulos:

El primer capítulo abarca la identificación del problema de investigación, formulación del problema, sistematización del problema, justificación, objetivos, alcance y la hipótesis de la investigación.

En el segundo capítulo se expone el marco teórico en el cual constan los principales temas que se relacionan con el objeto de la investigación tales como: antecedentes, conceptos de responsabilidad social empresarial, evolución, beneficios, principios y orientación sobre materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial.

En el tercer capítulo encontramos el origen de la empresa, objetivos institucionales, misión, visión, valores, políticas, recurso humano, infraestructura física, factores críticos, antecedentes, causas, factores internos y externos, Foda y objetivos, evaluación de los factores internos y externos.

En el cuarto capítulo se presenta la metodología de la investigación, en donde se manifiesta el tipo de estudio, método de investigación, técnicas de recopilación de la información, población y muestra, definición de las variables y la tabulación de los resultados de la investigación.

En el quinto capítulo se encuentra la propuesta, diseño del modelo de gestión, objetivos de la propuesta, estrategias del modelo, plan de acción, presupuesto para la ejecución, evaluación del modelo, aplicación de los principios de la RSE, memorias de la RSE, proceso para la aplicación de modelo, conclusiones y recomendaciones, para la empresa Reyursa S.A.

Para realizar este trabajo, no se encontraron limitantes que se tenga que mencionar, más bien la empresa brindó todas las facilidades del caso para que la investigación tuviera el éxito planificado y se logren alcanzar los objetivos trazados.

Para realizar la investigación, se utilizó el tipo de estudio descriptivo, el método inductivo y se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento el cuestionario para la recopilación de la información.

1. CAPITULO I : INTRODUCCIÓN

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Contexto de la investigación

El tema de responsabilidad social empresarial en las últimas décadas ha tomado conciencia en todos los actores de la sociedad, esto se refleja en el crecimiento de publicaciones, cursos y seminarios, situación que obliga a explicar desde el punto de vista conceptual cómo enfocar una propuesta ética de la economía y la administración permitiendo que las empresas sean sostenibles y sustentables en el tiempo (Martinez, 2014).

Farao & Vital (2011, p. 65) señalan que en la actualidad, la responsabilidad empresarial está enfocada en la manera como las empresas realizan los negocios, tomando en cuenta los siguientes factores tales como: sociales, ambientales y económicos, incluyendo el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente (Farao y Vital, 2011).

La ética es un saber normativo que pretende orientar, guiar las acciones de los seres humanos. Y la ética empresarial es la aplicación y ejecución de los valores morales y de los principios éticos al ámbito específico dentro y fuera de la empresa. (Martínez, 2014).

La presente investigación tendrá como resultado final la propuesta de un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial según los lineamientos de la Norma ISO 26000 que le permita a la empresa Reyursa S.A. de la ciudad de Machala, cumplir con sus objetivos estratégicos.

La responsabilidad social es el conjunto de acciones innovadoras de una organización, las mismas que están basadas en el cumplimiento de leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización la generación de riqueza respetuosa de los derechos humanos con las responsabilidades de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente (Horacio, 2014).

1.1.2 Problema a investigar

La empresa Reyursa S. A. ubicada en la ciudadela Patria Nueva, entre las calles 9na. Sur y 17ava. Oeste, del cantón Machala de la provincia de El Oro, fue creada el 6 de enero de 2011, cuenta con 42 trabajadores y se dedica a prestar servicios o actividades complementarias de limpieza, aseo de oficinas, casas, edificios, urbanizaciones, infra estructura, vehículos livianos y pesados.

Los principales clientes son: Instituciones y organismos estatales, semiestatales, para estatales, autónomos, semiautónomos, organizaciones no gubernamentales, de economía mixta, todas las personas jurídicas y naturales de derecho público y privado.

Para cumplir con su misión la empresa Reyursa S. A, considera sus estrategias de crecimiento y rentabilidad como inseparables de las estrategias de responsabilidad social y empresarial, es decir, de las estrategias ciudadanas y sustentabilidad, mantiene su visión en crear valor para los grupos de interés: accionistas, empleados, proveedores, clientes, la comunidad, estrategia que nace de las exigencias de los stakeholders antes mencionados.

El problema principal que enfrenta actualmente la empresa Reyursa S. A, es la carencia de un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial, problema que la empresa tiene que solucionar, ya que tal como se mencionó en el párrafo anterior, los grupos de interés relacionados con la empresa presionan una gestión responsable, especialmente las instituciones que pertenecen al estado ya que estas exigen mayor responsabilidad para con el medio ambiente y las comunidad en general.

En este contexto, la implementación de un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial es de vital importancia para los accionistas de la empresa Reyursa S. A, puesto que se encuentran en plena fase de expansión y tienen dentro de su objetivos estratégicos en los próximos dos años el de obtener una certificación ISO 9001:2015, por lo cual la identificación de los componentes de un modelo de gestión con Responsabilidad Social Empresarial, no solo que ayudará a la obtención de la mencionada certificación, sino que permitirá alcanzar los objetivos trazados y gestionar la empresa con sentido ético y responsable, situación que le permitirá ser más competitiva en los mercados actuales (ISO 26000, 2010)

1.1.3 Formulación del problema de investigación

¿De qué forma la carencia de un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial puede afectar la relación con los stakeholders?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cuáles son los fundamentos y principios de la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión?

¿Cómo se encuentra la empresa Reyursa S. A. respecto de la Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuáles son los stakeholders de la empresa Reyursa S. A?

¿Cuál debería ser el comportamiento de la empresa con respecto a la responsabilidad social empresarial?

1.1.5 Justificación de la investigación

La empresa en la actualidad no cuenta con un modelo basado en la responsabilidad social empresarial, ante esta realidad su diseño y posterior implementación es definitivamente un buen negocio para la empresa Reyursa S. A, al menos así lo determinan los estudios preliminares que se obtuvieron de la revisión de la literatura y de la entrevista que se realizó a los accionistas de la organización.

El implementar un modelo de gestión con responsabilidad Social Empresarial no solo que es una prioridad, sino que se convierte en una decisión estratégica para la continuidad de la empresa Reyursa S. A.

El sistema de contratación pública que rigiere en nuestro país, toma en consideración cada vez más el cumplimiento y el respeto a las normas vigentes. No es casualidad que las empresas que tienen reglamentos internos, reglamentos de seguridad y salud ocupacional, afiliación al seguro de todos sus trabajadores, sean los únicos que puedan competir por un contrato con el sector público.

Es decir, al ser la empresa Reyursa S.A, una empresa que tiene el 98% de su contratación a través del portal de compras públicas, es necesario no solo estar al día en el pago de sus obligaciones, sino que la empresa tiene que verse frente a sus usuarios tanto internos como externos como una empresa líder en el campo ético y moral frente a sus stakeholders

Por lo que emprender en esta investigación no solo que fue beneficioso para los accionistas, sino para la sociedad entera, puesto que el modelo de negocios de la empresa Reyursa, no solo busca la utilidad económica sino que pretende ser socialmente rentable, además de dejar un

marco teórico y conceptual que sirva de base para futuras investigaciones en esta área del conocimiento.

1.1.6 Objetivo General

- Proponer un modelo de gestión basado en la Responsabilidad Social Empresarial que permita obtener capacidad de respuesta a todos los grupos de interés tanto internos como externos de la empresa Reyursa S.A para el año 2016, con el fin de cumplir con los objetivos estratégicos planificados.

1.1.7 Objetivos Específicos

- Establecer cuáles son los fundamentos y principios de la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión.
- Determinar los beneficios y la influencia directa ejercida por la RSE en la empresa Reyursa S.A.
- Presentar una propuesta del modelo de gestión con responsabilidad social empresarial para la empresa Reyursa S.A, siguiendo el modelo de la Norma ISO 26000.

1.1.8 Alcance

En la actualidad la empresa Reyursa S. A, no cuenta con un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial, su implementación se vuelve necesario e imprescindible para su crecimiento en el mercado, ya que los clientes que son instituciones especialmente del estado, exigen que las empresas contratistas demuestren que son empresas éticas y responsables con todos los stakeholders.

El presente trabajo de investigación solo llega hasta la propuesta del modelo de gestión con responsabilidad social empresarial para la empresa Reyursa S. A.

El producto final no contempla la implementación del modelo de gestión, tampoco considera adentrarse en el campo de cambio de estatutos, ni incursionar en la planificación estratégica de la empresa.

1.1.9 Hipótesis

El modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial le permitirá a la empresa Reyursa S.A mejorar sus servicios.

2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO TEÒRICO

2.1.1 Antecedentes

En las últimas cuatro tres décadas se ha generalizado el término Responsabilidad social Empresarial debido especialmente a la presencia de fuerzas globales del cambio y de temas emergentes como la ecología y el medio ambiente, la salud y el bienestar, la diversidad y los derechos humanos y la atención a las comunidades, los mismos que han provocado impactos en la estrategia empresarial.

El Instituto de Recursos Mundiales, citado por Poleri, A. de la Universidad de Palermo en lo últimos 150 años la deforestación contribuyó al incremento de un 30% de dióxido de carbono en la atmósfera, 1/5 de los boques originales del planeta son los bosques primarios, 76 países perdieron sus bosques primarios y el 70 % de los restantes están en tres países: Brasi, Cánada y Rusia.

Aproximadamente el 80% de los bosques primarios ya fueron degradados, un tercio de las reservas originales de petróleo de la tierra ya fue producido y extraído. Si se mantiene la tasa actual de crecimiento, el consumo de energía en el 2055 será el triple.

Entre los principales efectos del calentamiento de la tierra se pueden mencionar los siguientes: guerras por el agua, enfermedades, refugiados, inundaciones, incendios, contaminación, ondas de calor, daños a la agricultura, corales destruidos, entre otros.

El tema sobre el cuidado del medio ambiente que muy tímidamente comenzó en los países desarrollados, hoy ha traspasado fronteras hacia los países en vías de desarrollo con más fuerza y con otra visión, la sustentabilidad. Para que este movimiento que todavía es difuso y que está aprendiendo a medida que avanza se transforme en una parte importante de nuestras vidas deben ocurrir una serie de cambios que permitan transformar el planeta en un lugar mejor para todos los que habitamos en él.

Desde 1980 nos hemos acostumbrado a recibir noticias sobre casos de corrupción y carencia de ética en los negocios, Union Carbide, Enron, Lehman Brothers o Fórum Filatélico, en España; Fobaproa, en México; Gloria en Perú; DMG en Colombia, etc., son unos cuantos

ejemplos de empresas que han provocado escándalos por malas prácticas empresariales (Raufflet, Lozano, Barrera y Garcia, 2012).

Todos estos casos de corrupción surgen de diversas fuentes: ambición desmedida, falta de reflexión de ciertas personas y de controles eficaces, lo que obliga a pensar y reflexionar sobre tres temas que aparentemente parecen distintos pero que guardan estrecha relación: ética en los negocios, responsabilidad social y sostenibilidad.

Con estos antecedentes, las empresas del siglo XXI, tienen inmensas responsabilidades frente a los desafíos de la RSE, por lo tanto es necesario describir algunas de las actitudes que deberían mantener las empresas en respuesta a ese desafío.

- Garantizar que la empresa sea un lugar de trabajo atractivo, con políticas flexibles que posibiliten el equilibrio de trabajo - descanso.
- Trazar directrices claras sobre expectativas de conducta de los empleados y asegurarse de su conocimiento y compromiso.
- Brindar apoyo, información y consejo sobre salud y ofrecer instrumentos de asistencia a niños y ancianos.
- Asegurar que las prácticas de reclutamiento y los empleados reflejen la diversidad de los clientes y los consumidores.
- Asegurar que los temas emergentes de gestión se reflejen en el entrenamiento interno y externo y en los procesos de asignación de metas, incentivos y evolución de los empleados.
- Propiciar instrumentos para que los empleados registren sus quejas.
- Apoyar al trabajo de voluntariado de los empleados en recursos de la empresa, con dinero, tiempo, equipamiento y uso de infraestructura.

Al final quien gana con una actitud positiva frente a la Responsabilidad Social Empresarial son: los empleados, la empresa, la comunidad y todos los stakeholders.

Los empleados, se sienten involucrados y reconocen la ayuda para mejorar una vida a veces estresante, se sienten motivados por la oportunidad de dar algo a la comunidad y hacer uso de recursos de la empresa para temas que son importantes.

La empresa, cuenta con fuerza de trabajo más estable y productivo, costos de reclutamiento y entrenamiento reducidos, mejores canales de diálogo informal. Desarrollo de la empresa facilitado por el buen relacionamiento con los formadores de opinión y autoridades locales.

La comunidad, se beneficia con el empeño de los empleados de ayudar a lograr las metas comunitarias y mejorar el ambiente local.

2.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial se ha venido posicionando en las diferentes instituciones de la sociedad, sean estas públicas o privadas: empresas, universidades, organizaciones no gubernamentales, entre otros. La pregunta clave en este punto es ¿qué es la Responsabilidad Social Empresarial, o qué se entiende por Responsabilidad Social Empresarial?

La Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de las acciones innovadoras de una organización, enfocadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la empresa la generación de riqueza respetuosa de los derechos humanos con las responsabilidades de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente, de todas estas acciones debe dar cuentas a la sociedad profesión (Martínez, 2014).

Para Raufflet et al. (2012), la RSE es una forma de realizar y gestionar las relaciones con los todos grupos de interés desde un aspecto normativo y/u operativo.

El término Responsabilidad Social según la Norma ISO 26000, es el compromiso de las organizaciones que deben asumir por las actividades ejecutadas, el impacto a la sociedad y medio ambiente, a su vez que contribuya al bienestar de la humanidad.

La responsabilidad social obliga a las empresas a mantener una actitud justa y equilibrada con todos los stakeholders: proveedores, clientes, accionistas, trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, buscando siempre la generación de valor.

La Responsabilidad social sustentable se ha convertido en una ventaja competitiva que toda empresa debe perseguir, es importante que la estrategia, la operación y el liderazgo sean alineados a efectos de que este objetivo se cumpla.

2.1.3 Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial

Raufflet et al. (2012) señalan cuatro etapas de la RSE. La primera va desde 1953 hasta 1975. La segunda desde 1975 hasta 1990, la tercera desde 1990 hasta el 2000; y, la cuarta va desde 2000 hasta el 2010 y en adelante.

Según este autor la RSE tuvo sus inicios en el mundo académico en 1953, cuando el libro de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, se plantea por primera vez el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad.

Posteriormente Davis K (1960 citado en Raufflet, 2012) detecto que la responsabilidad de las empresas se da en función de la cantidad de poder que éstas tienen sobre la sociedad.

Johnson, H. (1971 citado en Raufflet, 2012) encontró cuatro visiones del concepto de RES, la primera señala que lo importante que es para las empresas conocer el entorno en que desarrollan sus actividades. La segunda se relaciona con la puesta en marcha de programas sociales con la intención de generar mayores ganancias. La tercera centra el interés de las empresas en obtener la máxima ganancia, tanto en lo económico como en lo social, con su accionar. La cuarta visión tiene que ver con el peso específico de los grupos de interés y la generación de riqueza.

Raufflet et al. (2012) señalan que durante los años de 1975 a 1990 proliferaron las definiciones y modelos de RSE, en una primera etapa el debate se centró en tratar de conocer la razón de ser de la RSE, para mediados de 1970 el análisis se enfocó en cómo se debería llevar a cabo a su vez plantea que para lograr la puesta en marcha de la RSE es necesario que los negocios conviertan sus responsabilidades sociales en oportunidades de negocios, para de este modo generar capacidades, competencias, empleos mejor pagados y oportunidades para acceder a los servicios de salud de toda la comunidad.

En la década de 1900 al 2000, se vincula el concepto de RSE con diversas teorías administrativas y se genera una visión de gestionar las empresas con RSE atada a los grupos de interés desde un aspecto normativo y/u operativo. Es en esta etapa en donde la RSE deja de centrarse en el interior de la empresa para considerar a los actores internos y externos como clientes y proveedores.

Desde el 2000 hasta el 2010 en adelante, aparece el boom de la RSE incluyendo nuevos actores en su aplicación, al definir como objetivo de la RSE la búsqueda de la sustentabilidad. Es en esta década que la International Standardization Organization (ISO) trabaja en un estándar denominado ISO 26000, Norma que busca ser la base para que las empresas reporten sus acciones en materia de RSE.

En conclusión se podría decir que si bien es cierto que el debate sobre la RSE empezó hace más de medio siglo, es también cierto que en la primera década de este siglo XXI toma las dimensiones globales convirtiéndose en una estrategia empresarial su implementación con la finalidad de lograr ventajas competitivas y agregarle valor a las empresas.

2.1.4 Beneficios de la responsabilidad social empresarial

La RSE promueve a tomar decisiones acertadas en beneficio de la sociedad, disminuye el riesgo laboral a su vez promueve confiabilidad pública al mismo tiempo genera innovación y competitividad de la empresa, fortaleciendo los lazos con sus grupo de interés, también maximiza la lealtad de sus colaboradores minimizando los conflictos con los consumidores (ISO 26000, 2010)

2.1.5 Principios y Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial según la Norma ISO 26000:2010

ISO es la Organización Internacional de Normalización, formada por organismos nacionales de normalización, cuya función principal es la de redactar Normas Internacionales. La Norma ISO 26000, 2010 ha sido preparada por el ISO/TMB Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social. Es necesario aclarar que la norma no es obligatoria, más bien es una guía para que las empresas en forma voluntaria puedan implementar modelos de gestión con Responsabilidad Social Empresarial.

La Norma ISO 26000 proporciona una orientación, una guía sobre los principios que las empresas deben tener en cuenta en materia de Responsabilidad Social Empresarial cuando tomen la decisión de su implementación con el involucramiento de los grupos de interés.

Las empresas están conscientes de mantener una actitud y un comportamiento socialmente responsable, con visión de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y una eficiente y eficaz gestión de las organizaciones a su vez tener ventaja ante la competencia también motivar a su personal y al mismo tiempo crear el compromiso de su recurso humano y crear nexos con todos los grupos de interés donde se desenvuelve la organización.

La Norma ISO 26000 proporciona a las empresas tanto públicas como privadas los principios y materias fundamentales que sin ser obligatorias proporcionan las bases para que las organizaciones implementen un modelo de gestión que implique un comportamiento socialmente responsable que colabore al desarrollo sostenible (ISO 26000, 2010).

2.1.5.1 Principios de la Responsabilidad Social

Una empresa con un comportamiento socialmente responsable debe basar su gestión según normas técnicas, directrices o reglas de conducta de acuerdo con principios aceptados que les permita maximizar su contribución al desarrollo sostenible a su vez cumplirlos a cabalidad para poder alcanzar los objetivos trazados.

Tal como se puede apreciar en la siguiente tabla los siete principios de responsabilidad social plasmados en las Norma.

Tabla 1: Principios de la Responsabilidad Social

Principio 1	Rendición de cuentas
Principio 2	Transparencia
Principio 3	Comportamiento ético
Principio 4	Respeto a los intereses de las partes interesadas
Principio 5	Respeto al principio de legalidad
Principio 6	Respeto a la norma internacional de comportamiento
Principio 7	Respeto a los derechos humanos

Fuente: Norma ISO 26000:2010

Elaborado por: La autora

2.1.5.2 Rendición de cuentas

La dirección de la empresa debe rendir cuentas y presente informes de la gestión que realiza de manera periódica a todos los grupos de interés, de aquellos aspectos que por sus decisiones pueden tener un impacto negativo o positivo en la sociedad, el medio ambiente y la economía.

El gerente a su vez debe asumir su responsabilidad por los errores cometidos y por las medidas que se tomen para repararlos y la toma de acciones para que no se vuelvan a repetir, los stakeholders deben estar al tanto de las actividades o decisiones que se tomen porque en ellos recae de una forma directa o indirectamente de las actividades ejecutadas.

2.1.5.3 Transparencia

La empresa tiene que ser transparente en todas sus actividades que realice especialmente en aquellas que tengan un impacto sobre la sociedad y el medio ambiente, que su rendición de cuentas sea clara, objetiva y esté al alcance de todos los stakeholders ya que va direccionada prioritariamente hacia ellos.

Es importante recalcar que toda empresa debe reflejar transparencia en su naturaleza, control de actividades, la toma de decisiones, rendición de cuentas, las prácticas respecto a la responsabilidad social respecto a su economía.

2.1.5.4 Compromiso ético

La organización debería tener un comportamiento ético, basado en los valores de honestidad, equidad e integridad, la organización debería promover un comportamiento ético mediante la identificación y la declaración de sus valores y principios fundamentales, a su vez a promover un comportamiento ético dentro de la organización, en su toma de decisiones y en sus interacciones con otros.

La empresa debe aplicar y adoptar las normas de comportamiento ético apropiadas a su actividad, a su vez que vayan en coherencia con los principios descritos en esta Norma Internacional.

2.1.5.5 Respeto a los intereses de las partes interesadas

La empresa debe estar clara en la identificación de sus grupos de interés así mismo respetarlos porque pueden afectar directa o indirectamente a sus actividades ejecutadas sin olvidar la naturaleza de la correlación entre los stakeholders y la empresa.

Tener en cuenta los criterios de las partes involucradas, porque sus intereses pueden estar siendo lastimados por la toma de decisiones o la aplicabilidad de las acciones tomadas por los directivos de la empresa y ellos son parte fundamental en desarrollo y progreso de la misma.

2.1.5.6 Respeto al principio de legalidad

La empresa debe respetar el principio de la legalidad, es importante recalcar que ninguna organización está por encima de la ley y que su cumplimiento debería ser de manera justa, a su vez debe cumplir de manera eficiente con todas las ordenanzas y estar al día con la ley y sus respectivas modificaciones aplicables para el desarrollo y bienestar de la empresa.

Al mismo tiempo verificar que las actividades realizadas estén dentro del marco legal; todos los empleados de la empresa deben estar al tanto de las obligaciones legales que debe cumplir la organización, para posteriormente no verse afectados ninguna de las dos partes.

Constatar que la empresa esté cumpliendo con todas las obligaciones legales y no tener inconvenientes ni retrasos con respecto a las leyes y / o regulaciones que son estrictamente

aplicables a la organización para el bienestar de todo los involucrados ya sean internos o externos.

2.1.5.7 Respeto a la normativa internacional de comportamiento

La empresa y todos los que estén involucrados ya sea directa o indirectamente deben respetar las normas internacionales de comportamiento y acatar el principio de la legalidad; así como no volverse cómplice de aquellas empresas que no cumplen con este principio o que no tienen un comportamiento socialmente sustentable.

2.1.5.8 Respeto a los derechos humanos

La organización debería respetar los derechos humanos y aceptar su universalidad, en situaciones en que se vea vulnerado este principio, la organización debería promover e incentivar su aplicación, con todos los stakeholders, sin discriminación alguna.

2.1.6 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social

Con la finalidad de que una organización pueda definir el alcance de su responsabilidad social, debería tomar en cuenta las siete materias fundamentales de responsabilidad social las mismas que consta en la Norma (ISO 26000, 2010) que describo a continuación:

2.1.7 Gobernanza de la organización

Es el factor más importante en materia de Responsabilidad Social Empresarial y debe incluir mecanismos formales e informales de gobernanza, basados en valores y la cultura organizacional.

La gobernanza se refiere al sistema implementado por la dirección para la toma de decisiones y el cumplimiento de sus objetivos. Los sistemas de gobernanza son diferentes y cambian según su estructura interna y el entorno en el que desarrollan sus actividades.

La gobernanza eficaz debería incluir los siete principios fundamentales de la Responsabilidad Social.

2.1.7.1 Derechos humanos

En materia de derechos humanos la Norma ISO 26000, se refiere a los derechos que le asiste a todo ser humano, entendiéndose que hay dos grandes categorías de los humanos. La primera categoría se refiere a los derechos civiles y políticos; y, la segunda categoría se refiere a los derechos económicos, sociales y culturales.

2.1.7.2 Prácticas laborales

Se refiere a las prácticas y políticas, las mismas que están relacionadas directamente con las actividades que lleva a cabo la empresa también hace referencia al reclutamiento, tácticas disciplinarias, fortalecer habilidades a su salud, seguridad y un salario digno.

Las prácticas laborales están directamente relacionadas con la representación y participación de los obreros, personal administrativo, accionistas y ejecutivos, en diálogos sociales directos para poder llegar a discernir y llegar acuerdos que beneficien a todos los actores.

2.1.7.3 Medio ambiente

Todas las actividades que realizan las organizaciones son producto de las decisiones que toma la dirección, las mismas que de alguna manera generan un impacto en el medio ambiente independientemente de dónde se encuentren laborando, impactos que están asociados al uso de los recursos. Las organizaciones deberían implementar modelos de gestión integrados que logren mitigar o erradicar los riesgos resultados del mal uso de los recursos y que tengan implicaciones sean estas directas o indirectas sobre factores económicos, sociales, de salud y ambientales.

2.1.7.4 Prácticas justas de operación

La Norma ISO 26000 hace referencia a la conducta ética de una empresa con respecto a los negociaciones realizadas con otras instituciones, organizaciones y sociedad en general, las prácticas justas de operación es el cumplimiento de un proceder justo con la competencia y de un comportamiento adecuado en toda actividad desarrollada dentro del margen del buen vivir.

La aplicación de esta norma en todas las instancias antes descritas nos permite obtener resultados positivos y beneficiosos logrando un afianzamiento de la responsabilidad social dentro de la empresa.

2.1.7.5 Asuntos de consumidores

Esta materia analiza a las organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores y otros clientes y la responsabilidad que tiene hacia ellos, a su vez incluye proporcionar educación precisa, utilizando información justa, transparente y útil de marketing y de procesos de contratación, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que proporcionen acceso a todos y satisfagan las necesidades de los más vulnerables y desfavorecidos, cuando sea necesario.

Esta materia se aplican a todas las empresas tanto públicas como privadas, y en este ámbito todas las organizaciones tienen la oportunidad de contribuir al consumo y desarrollo sostenible.

2.1.7.6 Participación activa y desarrollo de la comunidad

Se refiere a las relaciones que las empresas deberían mantener con las comunidades en las que operan y la forma como las organizaciones pueden contribuir al desarrollo de estas. Las organizaciones que generan una relación amistosa y cordial con la comunidad, demuestran que su accionar está basado en principios y valores democráticos que hacen que se fortalezcan frente a los stakeholders.

En resumen lo que se busca es por un lado el crecimiento y desarrollo sostenible de las empresas y por otro el fortalecimiento y desarrollo de modelos de gestión que contribuyan al desarrollo sustentable del medio ambiente y de las comunidades que en ella habitan.

En la actualidad los mercados son diferentes de cómo estaban hace 25 años, cuando se inicia la apertura de fronteras, los acuerdos comerciales, la competencia entre los grandes bloques geocomerciales, comienza la globalización, y en el centro de todo esto la llegada de las grandes empresas transnacionales con múltiples efectos en los grupos de interés y que en este panorama aparece el concepto de responsabilidad social de las empresas como instrumento

para realizar un comercio justo en términos económicos, sustentable y respetuoso de las personas y el planeta (Moguel, Laguna, Camacho, Trejo y Gordillo).

3. CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

3.1. Origen de la Empresa

La empresa Reyursa S.A nace para cubrir las necesidades que el mercado exige, en la ciudad de Machala, Provincia de El Oro Ecuador, empezó con la idea de formar una asociación entre tres amigos Juan Urquizo Villafuerte, Carlos Sarmiento Chugcho y Jhony Rey; en una conversación surgió el tema de abordar la actividad de limpieza y mantenimiento tan esencial en nuestro mundo actual desde una perspectiva empresarial, comenzaron buscando el nombre de la empresa con la unificación de los tres apellidos Urquizo, Sarmiento y Rey quedando el nombre de la empresa la siguiente manera Reyursa S.A fue creada el 11 de enero del 2011, los servicios que ofrece esta empresa son de limpieza y mantenimiento de edificios, fachadas, instituciones pública, privadas, calles, aceras entre otros, al mismo tiempo dar oportunidad de trabajo a personas que están en proceso de rehabilitación.

Su primera contratación fue en la ciudad de Machala teniendo mucho éxito en esta su ciudad natal, razón por la cual hubo la decisión de ampliarse por otras ciudades de País, como es la ciudad de Quito, cantones Cayambe, Machachi, Ibarra, El Ángel, Los Bancos entre otros lugares, obteniendo experiencia y cada día mejorando en la atención a los clientes los cuales están satisfechos por la atención prestada que da esta joven empresa Orense, la diferencia de la Sociedad Reyursa S.A ante otras empresas es el humanismo, servicio de eficacia y responsabilidad que brinda al mercado, con su personal formado y capacitado en las diferentes áreas que son designados y que van a desempeñar con eficiencia en los diferentes lugares en los cuales la corporación presta sus servicios, la notoriedad de esta empresa tiene aceptación entre el público orense y en otros puntos en nuestro país, el nombre es reconocido por el cumplimiento, el humanismo la calidad y calidez con el cual se presta servicios a las diferentes instituciones ya sean públicas y o privadas y las fuentes de trabajo que se otorga a las personas desempleadas y desprotegidas, el posicionamiento en el mercado ha crecido rápidamente notablemente en los dos primeros años de vida jurídica, a través de la calidad podemos fidelizar a nuestros clientes, logrando elevados índices de satisfacción y asociar nuestra marca a una garantía de larga duración y mejores resultados; la primer persona que la representó fue el responsable vocero de la empresa fue el Ing. Leonardo Vera Elizalde él mismo que conoce el producto y los valores de la misma, es elegido para proyectar ante las stakeholders la filosofía, identidad y cultura, es decir está encargado de proyectar y apoyar la construcción de una imagen positiva de la organización, también tiene una función importantes el no perder de vista las necesidades de las personas a quienes va dirigido el

servicio, cabe recalcar que debe existir una identificación plena de la empresa con el cliente, el Gerente General es el Ing. Antonio Olaya Ramirez, una persona capaz, caritativa e inteligente razón por la cual han salido adelante ayudando y continua progresando.

El opinante externo es fundamental porque son ellos los que reciben el servicio de limpieza y mantenimiento y al mismo tiempo son los que observan la calidad y se encargan de difundir la información ya sea positiva o negativa, es por ello que tienen precaución con las personas que reciben el servicio de la empresa.

3.2. Objetivos Institucionales

El objetivo principal de la empresa es de brindar servicio de limpieza y mantenimiento de calidad a las instituciones públicas, privadas, edificios, oficinas entre otras.

3.3. Misión

Dar excelente servicio de calidad y calidez a las Instituciones pública, privadas, edificios, fachadas, calles, aceras y público en general, trabajando con honestidad y afectividad.

3.4 Visión

Ser primeros en el 2020, con la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento continuo a nivel nacional con aptitud, responsabilidad, renovando y trabajando con honradez y respeto.

3.5. Valores

Puntualidad.- El recurso humano conoce cronológicamente que deben cumplir una tarea requerida y satisfacer una obligación en un plazo anteriormente comprometido.

Ética.- Nuestros colaboradores son responsables de la conducta, moralidad e integridad para un mejor clima organizacional.

Compromiso.-El testimonio y satisfacción de los clientes es nuestro compromiso y mejor carta de presentación.

Trabajo en Equipo.-El recurso humano comparte responsabilidades para el cumplimiento de los objetivos.

3.6 Políticas

- Incrementar el nivel de calidad, procurando precios justos acordes con el crecimiento de la demanda de los nuevos mercados.
- Conseguir un nivel satisfactorio de rentabilidad para poder dar continuidad y estabilidad a la empresa.
- Fomentar la protección y bienestar de los empleados.

3.7 Recurso humano

Reyursa S.A es administrada por el gerente Ing. Antonio Olaya Ramirez el mismo que ha realizado un buen trabajo y con su experiencia obtenido de sus experiencias dentro de la misma actividad.

El recurso humano con que cuenta la empresa Reyursa S.A es de tres accionistas, un gerente general, seis personales administrativos y treinta y seis auxiliares de limpieza en total cuarenta y siete personas prestan sus servicios dentro de la empresa.

3.8 Infraestructura física

La empresa cuenta con una oficina en la ciudad de Machala y una sucursal en Quito con todos los elementos necesarios para el desarrollo eficiente de su actividad, tales como líneas telefónicas, servicio de internet, escritorios, computadoras, aire acondicionado y demás enseres propios de una oficina.

3.9. Problema Actual Entorno al Proceso

3.9.1 Factores Críticos, Antecedentes y Causas

La vida de la empresa depende de su entorno y el éxito se basa en la relación con el, a su vez necesita recursos tanto energéticos, financieros, tecnológicos y humanos, al momento de tomar decisiones la empresa deberá tener en cuenta tanto el comportamiento de los agentes que operan en su entorno; como el efecto que sus decisiones internas tendrán en su relación con los grupos de interés. Debe considerar siempre la competencia existente con otras

empresas, los gustos de sus clientes, las decisiones de los stakeholders que pueden afectar a la imagen y la empresa en general.

Es importante recalcar que la empresa Reyursa S.A tiene falencias considerables, para su mejor apreciación se las agrupa en dos factores críticos: internos son los que están relacionados directamente con la empresa entre ellos está el gerente, accionistas, personal administrativo, auxiliares de limpieza y los externos los que están fuera de empresa como proveedores, clientes y comunidad.

3.9.2 Factores Internos

- ✓ No está al día con todos los pago de los impuestos, esto causa incomodidad dentro de la empresa.
- ✓ No tiene un código de ética, el recurso humano no está enfocado en los principios y valores, obligaciones y responsabilidades que deben cumplir y aplicar con los stakeholders.
- ✓ Poca difusión al personal en el tema de vulneración de sus derechos.
- ✓ No existen rendición de cuentas de sus directivos a los stakeholders.
- ✓ Poco conocimiento de las diferentes actividades que realiza la empresa.
- ✓ No saben acerca de las utilidades de la empresa.
- ✓ No conocer la misión de la empresa ni visión esto afecta porque no saben hacia dónde quiere llegar la empresa en la actualidad y el futuro.

3.9.3 Factores Externos

- ✓ No realiza compromisos con sus stakeholders, para ejecutar actividades que vayan direccionadas en beneficio de la comunidad.
- ✓ No trabaja en actividades a favor del medio ambiente.
- ✓ No participa con la comunidad con campañas en mejoras de la misma.
- ✓ No aplica el reciclaje, reducción y reutilización.
- ✓ Desconocimiento de leyes y normativas internacionales.

3.9.4 Objetivos del análisis FODA

Ayudar a la empresa Reyursa S.A a encontrar sus factores críticos, para luego de ser identificados poder utilizarlos y definir la situación actual de la empresa y poder tomar

decisiones y realizar los correctivos a tiempo y así poder alcanzar los objetivos trazados por la empresa ya sean estos a corto o largo plazo.

3.9.5 Matriz FODA

Ilustración N° 1: FODA



Fuente: Empresa Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

Como lo demuestra el análisis FODA de la empresa Reyursa S.A tiene falencias en su cumplimiento y refleja claramente que no practica la RSE, razón por la cual es necesario implantar un modelo de gestión con responsabilidad social el mismo que servirá como una herramienta de éxito en la empresa a su vez ayudará a mejorar su productividad, rentabilidad, sustentabilidad y su relación con el entorno empresarial y ambiental, porque la responsabilidad social empresarial es un derecho de la sociedad y una obligación de las empresas.

Ilustración N° 2: Toma de decisiones



Fuente: Empresa Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

Después de la aplicación de la matriz FODA, se detectan los diferentes inconvenientes que tiene la empresa tanto internos como externos, en base a estos resultados se puede realizar mejoras a su vez obtener beneficios en los diferentes ámbitos del acción.

La empresa debe aprovechar las fortalezas que tiene en los diferentes espacios, para poder continuar en el mercado, seguir creciendo y posesionarse dentro de la provincia y del país en general.

Utilizar a su favor las oportunidades que se presentan a diario para aprovechar, mejorar y llegar a cumplir con la planificación establecida en los diferentes entornos de la empresa.

A su vez minimizarlas las amenazas detectadas en el proceso y ejecutar las diferentes acciones enfocadas en dar solución a los inconvenientes detectados.

Así mismo las debilidades encontradas son en las que la empresa debe enfocarse prioritariamente para poder contrarrestarlas y eliminarlas en su totalidad para poder continuar cumpliendo a la planificación satisfactoriamente y alcanzar los objetivos trazados.

3.9.6 Evaluación de los Factores Internos

Dentro de los factores internos la empresa tiene factores positivos pero muchas debilidades las mismas que se pueden ir superando, con un trabajo arduo y cumpliendo con las actividades detalladas a continuación:

Tabla N° 2: Evaluación Factores Internos.

DEBILIDADES	ACTIVIDAD A EJECUTAR
-Poco cumplimiento con impuestos	-Delegar exclusivamente a la auxiliar de contabilidad para que este proceso se cumpla en las fechas establecidas y no existan recargos ni atrasos.
-Falta código de ética	-Formar una comisión para que ejecute esta actividad.
-Falta información en vulneración de derechos	-Capacitar al recurso humano periódicamente.
-No se da rendición de cuentas	-Delegar un responsable e implementar esta actividad, para que tengas conocimiento sus stakeholders.
-Poco conocimiento de actividades ejecutadas	-El gerente debe informar frecuentemente las actividades que ejecuta la empresa.
-Nulidad en el tema utilidades	-El contador debe informar anualmente sobre las utilidades obtenidas.
-Falta espacio físico para RRHH	-Implementar un área designada para atención al personal y designar un responsable.

Fuente: FODA Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

Tabla N° 3: Evaluación Factores Internos

FORTALEZAS	ACTIVIDAD A EJECUTAR
-Buen trato al personal	-Realizar actividades de integración para seguir

	fortaleciendo este nexo con el personal, para que se desempeñen en un buen ambiente de trabajo.
-Pago a terceros	-Continuar con la política de estar al día con los proveedores, para no tener inconvenientes posteriores.
-Buen servicio	-Capacitar a los empleados en la actualización de conocimientos, para que los sigan poniendo en práctica en sus labores diarias, y continuar brindando un servicio de calidad.
-Confiabilidad y responsabilidad	-Seguir con un trabajo responsable porque esa es la carta de presentación para abrir otros mercados y continuar prestando los servicios a diferentes entidades.
-Acceso con los directivos	-Seguir practicando la estrategia de dar accesibilidad al recurso humano con los directivos.
-Comunicación con el gerente	-Permanecer con la táctica de dar buena apertura al personal, para la comunicación sea directa y el mensaje siempre sea el correcto y no exista distorsión entre compañeros.
-Cumplimiento de las leyes locales	-Actualizarse en leyes vigentes en nuestro país, para estar al día con los cambios existentes y de aplicación.

Fuente: FODA Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

3.9.7 Evaluación de los Factores Externos

Dentro de los factores externos la empresa también tiene componentes positivos, pero a su vez tiene aspectos negativos los mismos que se pueden fortalecer, y llegar a cumplirlos, para un mejor desempeño de las actividades a continuación detalladas:

Tabla N° 4: Evaluación de Factores Externos

AMENAZAS	ACTIVIDAD A EJECUTAR
-Ignora las normativas internacionales	-Planificar capacitaciones en temas de cumplimiento y aplicación de normativas

	internacionales, para poder aplicarlas y cumplirlas sin inconvenientes.
-Falta de compromisos con los stakeholders	-Realizar compromisos y ejecutar actividades con los grupos de interés, para trabajar en equipo en beneficio de los involucrados directos o indirectamente.
-Actividades en beneficio del medio ambiente	-Organizar actividades con el recurso humano de la empresa y la comunidad para plantear y ejecutar diferentes acciones en beneficio del medio ambiente y el bienestar de la comunidad en general.

Fuente: FODA Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

Tabla N° 5: Evaluación de Factores Externos

OPORTUNIDADES	ACTIVIDAD A EJECUTAR
-Tendencia en el mercado	-Darle un valor agregado al servicio, constante actualizaciones, tanto en el recurso humano como en maquinarias.
-Evolución de la tecnología	-Comprar equipo tecnológico actualizado, tecnología de punta y actualizar constantemente al personal de la empresa.
-Posibles alianza estratégicas	- Mejorar el servicio brindado. -Ampliar mercados y llegar a otras provincias del país. -Incrementar las ventas con nuevos clientes. -Incursionar en otros potenciales mercados.

Fuente: FODA Reyursa S.A

Elaborado por: La autora

Este análisis del FODA es muy importante y fundamental para la empresa la misma que representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste se desenvuelve, con este análisis el gerente puede obtener muchas conclusiones para estar al tanto de la situación de la empresa y del mercado en la cual

está prestando sus servicios, lo que mejorará la competitividad de las estrategias y ventas que se diseñen.

Es importante que la empresa se enfoque en las áreas de acción las mismas que muestran la superioridad con la competencia, la supremacía puede expresarse en los siguientes términos:

- ✓ Mayor rendimiento, menor esfuerzo
- ✓ Mejor tecnología
- ✓ Más calidad
- ✓ Más rapidez
- ✓ Mejor servicio
- ✓ Mayor efectividad
- ✓ Modernidad

Con los resultados obtenidos del análisis realizado, la empresa debe pensar seriamente en el presente y evaluarlo, pensar en el futuro y proyectar el presente hacia el, será una de las respuestas estratégicas para marcar diferencias inalcanzables para el mañana y poder competir con las diferentes organizaciones que se encuentren en el mercado.

4 CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Metodología de la investigación

La metodología es el proceso mediante el cual paso a paso se consigue el objetivo de la investigación y se involucra elementos como: tipo de estudio, método de investigación, técnicas para la recolección de la información y tratamiento de la información (Méndez, 2011).

4.1.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio utilizado en la presente investigación fue el descriptivo porque permite la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigar, así como identificar las características principales, las formas de conducta y actitudes de la empresa Reyursa frente a los principios de responsabilidad social empresarial propuestos por la norma ISO 26000: 2010.

Este tipo de estudio permite determinar qué principios de la norma ISO 26000: 2010, la empresa Reyursa S.A no está cumpliendo, para lo que se aplicó una encuesta a todos los stakeholders de la empresa, para luego en base a los resultados encontrados plantear un modelo de gestión con RSE.

4.1.2 Método de investigación

Para realizar la presente investigación se utilizó el método inductivo, el mismo que permite determinar la apreciación de los grupos de interés (stakeholders) respecto de si la empresa Reyursa S.A está cumpliendo o no con los requisitos mínimos de un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial, especialmente con los de la norma ISO 26000:2010.

4.1.3 Técnicas de recopilación de la información

Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos en relación con su objeto del conocimiento a un grupo colectivo de personas con una problemática semejante (Méndez, 2011).

El cuestionario utilizado en la presente investigación, es una adaptación del cuestionario propuesto por la revista Ekos, se escogió este modelo de encuesta porque es realizado por una revista ecuatoriana que conoce nuestra realidad, es una encuesta básica que permite ver cómo está la empresa respecto de la responsabilidad social, la revista es especializada en el mundo empresarial y de los negocios (Ekos, 2011).

Con la finalidad de poder Cuantificar las variables objeto del presente estudio, se utilizó la escala de Likert.

En la encuesta para medir el grado de percepción de los grupos de interés respecto a la Percepción de los grupos de interés respecto a la RSE Básica de la Empresa, se utilizó la siguiente escala:

Escala: muy insatisfactorio(1) insatisfactorio (2) Normal (3) Bueno (4)
excelente (5)

Siendo: (1) lo peor y (5) lo mejor

En la encuesta que permite medir el cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, se utilizó la siguiente escala:

Escala: nulo (1) poco (2) medio (3) bueno (4) muy bueno (5)

Siendo: (1) nulo cumplimiento y (5) un anota de muy bueno en cumplimiento.

4.1.4 Población y muestra

Una vez concebida la idea de la investigación, el problema a investigar, planteados los objetivos y una hipótesis que demostrar, es necesario determinar la población y muestra con la cual se desarrollará la investigación objeto del estudio.

Según Gracica, mencionado en Bernal (2006) afirma que la población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación: Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 87).

Para efectos del presente estudio y tal como se mencionó en apartados anteriores, la investigación se realizó en la empresa Reyursa S. A, con un número total de 47 personas que prestan sus servicios entre directivos y empleados.

Una de las razones por la que se calcula la muestra, según Hernández, Sampeiri, Fernandez y Baptista (2006), “las muestras se utilizan por economía de tiempo y recursos”, por lo que para la presente investigación, las dos encuestas se aplican a toda la población de la empresa y clientes y al 50% de los proveedores, la empresa tiene proveedores en la diferentes partes del país, razón por la cual se realizó la encuesta a la mitad de los distribuidores de materiales de limpieza que se encuentran en la ciudad de Machala.

Al ser la población pequeña de la presente investigación se consideró que no era necesario el cálculo de la muestra.

Tabla N° 6: Grupos de Interés encuestados

GRUPOS DE INTERÉS	POBLACIÓN	MUESTRA
Accionistas	3	3
Presidente y Gerente	2	2
Personal Administrativo	6	6
Auxiliares de limpieza	36	36
Total de encuestados en la empresa	47	47
Proveedores	14	7
Clientes	6	6
Total de encuestados grupos de interés externos	13	13
Total de encuestados stakeholders	60	60

Fuente: Grupos de interés encuestados

Elaborado por: La autora

Una vez definida la población y muestra, se aplicó las encuestas según la muestra de la tabla Nro. 6, la tabulación se realizó en hojas de Excel y para tener una mayor exactitud de resultados de la percepción de todos los grupos de interés que intervienen en esta investigación en los resultados finales se consideró los promedios ponderados, tomando en cuenta el en cuenta el número de encuestas aplicadas a cada grupo. Hernández et al. (2006).

Según Hernandez et al. (2006) la muestra es un subgrupo de la población es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población en realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

Tomando como base lo mencionado por Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, se considera que para la presente investigación no es necesario el cálculo de la muestra, por lo que se aplica la encuesta a toda la población.

4.1.5 Definición de las variables

Las variables son los siete principios que menciona la Norma ISO 26000, ya que de eso se trata la investigación de verificar si la empresa está trabajando con un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial

En la tabla N° 7: Cuadro de variables que permitirán medir el grado de percepción de los grupos de interés respecto a la Responsabilidad Social Empresarial básica de la empresa. (Ekos, 2011).

En la tabla N° 8, se muestran las variables que permitirán medir el cotejamiento de la situación real de la empresa en Responsabilidad Social Empresarial frente a los siete principios de la Norma ISO 26000.

Tabla N° 7: Variables percepción de los grupos de interés respecto a la Responsabilidad Social Empresarial básica de la empresa.

VARIABLE	¿CÓMO CALIFICAN LOS STAKEHOLDERS?
	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?
	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?
	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas

Trato al personal	de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?
	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?
	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?
	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?
Pagos a terceros	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?
	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?
Producto bien o servicio	¿La empresa presta un buen servicio?
	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?
	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?
	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?
Liderazgo	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?
	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?

	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?
Corrupción	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?
	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?
Medio ambiente	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?
	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?
	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?

Fuente: Revista Ekos 2011
 Elaborado por: La autora

Tabla N° 8: Variables permitirán medir el cotejamiento de la situación real de la empresa en Responsabilidad Social Empresarial frente a los siete principios de la Norma ISO 26000.

VARIABLES	¿CÓMO CALIFICAN LOS STAKEHOLDERS EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA REYURSA S.A FRENTE A LOS PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 26000?
	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?

Rendición de cuentas	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?
	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?
	¿Los grupos de interés opinan y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?
	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?
	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?
Transparencia	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad.
	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?
	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?
	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?
	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?
	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?
	¿Cómo la empresa transmite esta

<p>Comportamiento ético</p>	<p>información y la pone en práctica?</p>
	<p>¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?</p>
	<p>¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal, proveedores, clientes, y organismos de control?</p>
<p>Respeto a los intereses de los grupos de interés</p>	<p>¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?</p>
	<p>¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?</p>
	<p>¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?</p>
	<p>¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?</p>
	<p>¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?</p>
	<p>¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?</p>
	<p>¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?</p>
	<p>¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las</p>

Respeto al principio de legalidad	obligaciones legales?
	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?
Respeto a la normativa internacional de comportamiento	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?
	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?
	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?
Respeto a los derechos humanos	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para los DD.HH?
	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?
	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?

Fuente: Revista Ekos 2011
Elaborado por: La autora

4.2 Tabulación de los resultados

Una vez aplicado el cuestionario a todos los stakeholders, se tabuló mediante matrices elaboradas en Excel, se calculó los promedios ponderados y luego para su mejor interpretación se elaboraron gráficos de barras.

4.2.1 Tabulación, Análisis e interpretación de los resultados

Percepción de los grupos de interés respecto de la RSE básica de la empresa

Tabla N° 9: Percepción de los accionistas respecto de la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
ACCIONISTAS	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	60
2. Pagos a terceros	60
3. Producto, bien o servicio	72
4. Liderazgo	67
5. Corrupción	73
6. Medio Ambiente	73

Fuente: Encuestas aplicadas a los accionistas de la empresa.

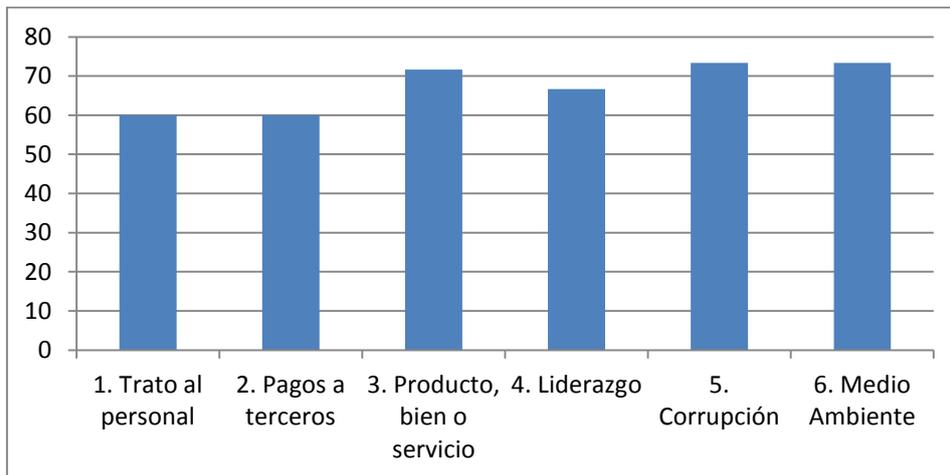


Ilustración Nro. 3: Percepción de los accionistas respecto a la RSE básica de la empresa

Fuente: Encuestas aplicadas a los accionistas de la empresa.

Análisis

En la tabla 9 e ilustración 3, se puede observar que la percepción de los accionistas respecto a la RSE básica de la empresa es poco aceptable, de los seis aspectos tres tienen un valor ponderado de menos de 70% y los otros tres apenas llegan al 73%.

Tabla N° 10: Percepción del Presidente y Gerente respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
PRESIDENTE Y GERENTE	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	60
2. Pagos a terceros	60
3. Producto, bien o servicio	63
4. Liderazgo	73
5. Corrupción	70
6. Medio Ambiente	67

Fuente: Encuestas aplicadas al Presidente y Gerente de la empresa.

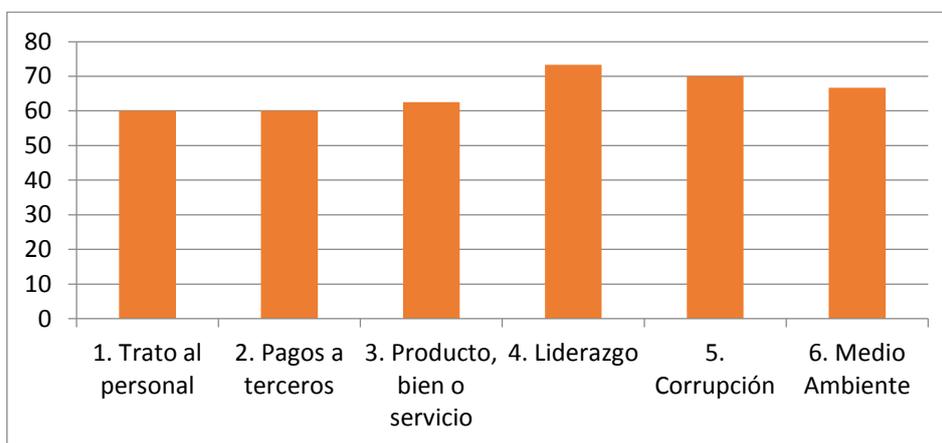


Ilustración N° 4: Percepción del Presidente y Gerente respecto a la RSE básica de la empresa.

Fuente: Encuestas aplicadas al Presidente y Gerente de la empresa.

Análisis

En la tabla 10 e ilustración 4, se puede observar que la percepción del presidente y gerente respecto de la RSE básica de la empresa no es buena, cuatro de los aspectos tienen un valor ponderado menor al 70% y solo dos apenas pasan el 70%.

Tabla N° 11: Percepción del personal administrativo respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	76
2. Pagos a terceros	80
3. Producto, bien o servicio	85
4. Liderazgo	93
5. Corrupción	75
6. Medio Ambiente	31

Fuente: Encuestas aplicadas al personal administrativo de la empresa

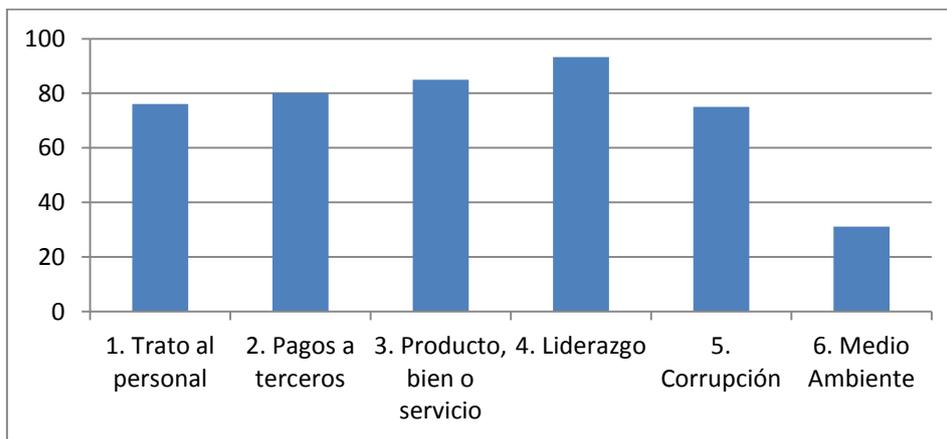


Ilustración N° 5: Percepción del personal administrativo respecto a la RSE básica de la empresa.

Fuente: Encuestas aplicadas al personal administrativo de la empresa.

Análisis

La tabla 11 e ilustración 5, muestra que el grado de percepción del personal administrativo respecto a la responsabilidad social empresarial básica de la empresa es alto, excepto por el principio del medio ambiente que tiene un valor ponderado del 31%.

Tabla N° 12: Percepción de los auxiliares de limpieza respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
AUXILIARES DE LIMPIEZA	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	46
2. Pagos a terceros	59
3. Producto, bien o servicio	66
4. Liderazgo	71
5. Corrupción	56
6. Medio Ambiente	34

Fuente: Encuestas aplicadas a los auxiliares de limpieza.

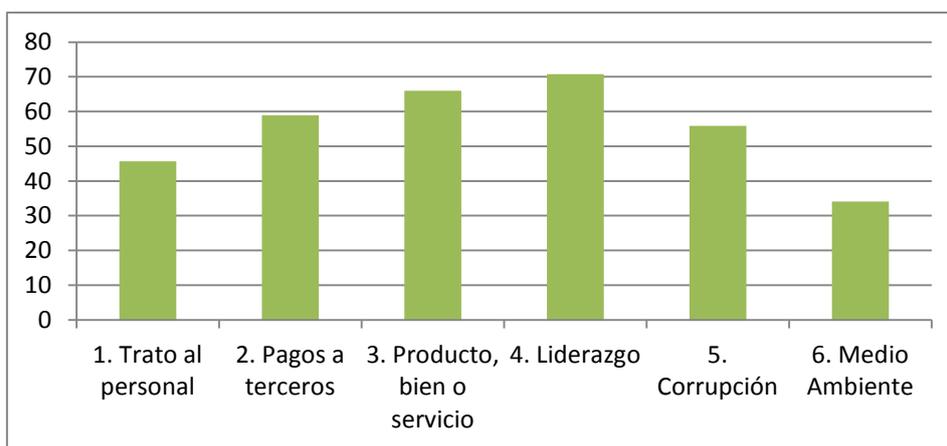


Ilustración N° 6: Percepción de los auxiliares de limpieza respecto a la RSE básica de la empresa.

Fuente: Encuestas aplicadas a los auxiliares de limpieza de la empresa.

Análisis

El personal de limpieza tiene una percepción bastante baja sobre la RSE básica de la empresa, los valores ponderados que aparecen en la tabla 12 e ilustración 6 así lo demuestran.

Tabla N° 13: Percepción de los proveedores respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
PROVEEDORES	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	61
2. Pagos a terceros	83
3. Producto, bien o servicio	74
4. Liderazgo	83
5. Corrupción	63
6. Medio Ambiente	41

Fuente: Encuestas aplicadas a los proveedores.

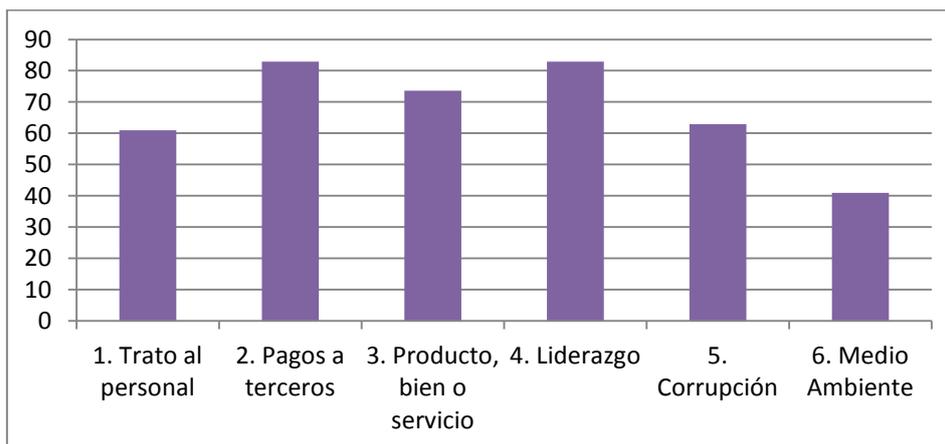


Ilustración N° 7: Percepción de los proveedores respecto de la RSE básica de la empresa.

Fuente: Encuestas aplicadas a los proveedores de la empresa.

Análisis

En la tabla N° 13 e ilustración 7, se puede evidenciar que la percepción que tienen los proveedores respecto a la RSE básica de la empresa es como sigue: Trato al personal 61%, Pagos a terceros 83%, Producto, bien o servicio 74%, Liderazgo 83%, Corrupción 63% y Medio Ambiente 41%.

Tabla N° 14: Percepción de los clientes respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS	
CLIENTES	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	72
2. Pagos a terceros	70
3. Producto, bien o servicio	72
4. Liderazgo	66
5. Corrupción	80
6. Medio Ambiente	63

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes.

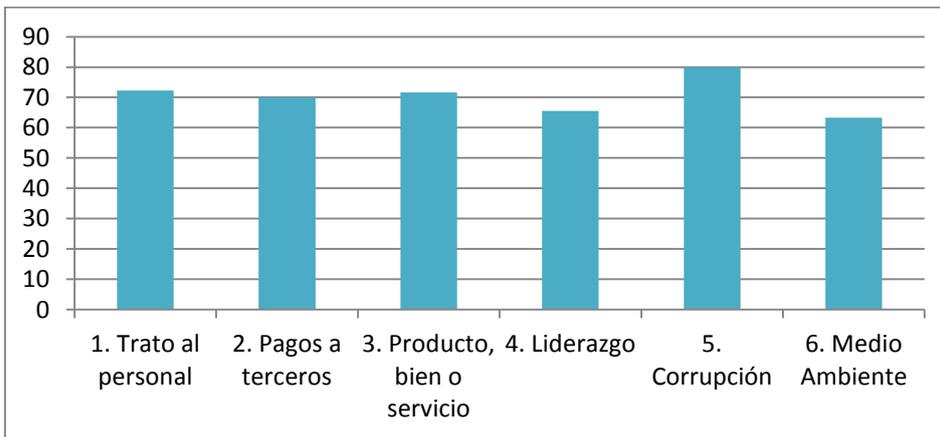


Ilustración N° 8: Percepción de los clientes respecto a la RSE básica de la empresa.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa.

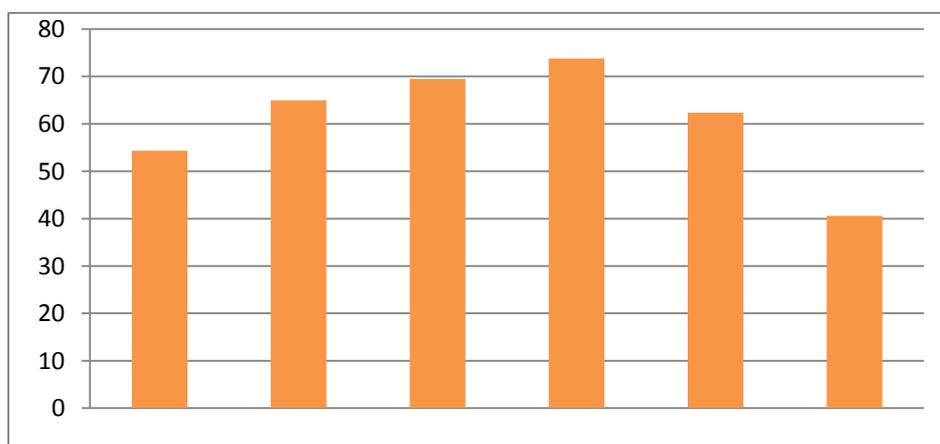
Análisis

La percepción de los clientes respecto de la responsabilidad social empresarial básica de la empresa es aceptable de los siete aspectos evaluados, el liderazgo tiene una ponderación del 66% y el medio ambiente el 63%, los cuatro principios restantes están entre el 70% y 80%.

Tabla N° 15: Percepción general de todos los grupos de interés (stakeholders) respecto a la RSE básica de la empresa.

RESULTADOS GENERALES	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal	54
2. Pagos a terceros	65
3. Producto, bien o servicio	70
4. Liderazgo	74
5. Corrupción	62
6. Medio Ambiente	41

Fuente: Encuestas aplicadas a los grupos de interés (stakeholders).



Fuente: Encuestas aplicadas a los grupos de interés (stakeholders) de la empresa.

Ilustración N° 9: Percepción de los grupos de interés (stakeholders) respecto a la RSE básica de la empresa.

Análisis

En la tabla 15 e ilustración 9 se puede observar claramente la percepción que tienen los stakeholders respecto de la responsabilidad social empresarial básica de la empresa. El 54% considera que el trato al personal es insuficiente; porque no conocen los valores, misión, visión, políticas de la empresa, temas relacionados en medio ambiente y pocos tienen conocimiento sobre las utilidades; razón por la cual la entidad debe difundir estos temas a sus grupos de interés. El 65% manifiesta que los pagos a terceros es normal que la empresa pague a tiempo a sus proveedores. El 70% tiene una percepción que el producto o servicio está en el rango de normal y bueno esto quiere decir que la empresa presta buen servicio y confiable. El 74% afirma que el liderazgo de la empresa es bueno y la comunicación con sus superiores es factible. El 62% interpreta que en la empresa si se tiene conocimiento frente a temas de corrupción. En temas de medio ambiente un 41% expresan que la empresa realiza muy pocas

actividades para que su personal conozca sobre los temas de reciclaje, reducción, reutilización y temas ambientales.

Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000.

Tabla N° 16: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los accionistas.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ACCIONISTAS	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	33
3. Comportamiento ético	39
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	24
5. Respeto al principio de legalidad	37
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	33
7. Respeto a los DD.HH.	33

Fuente: Encuestas aplicadas a los accionistas.

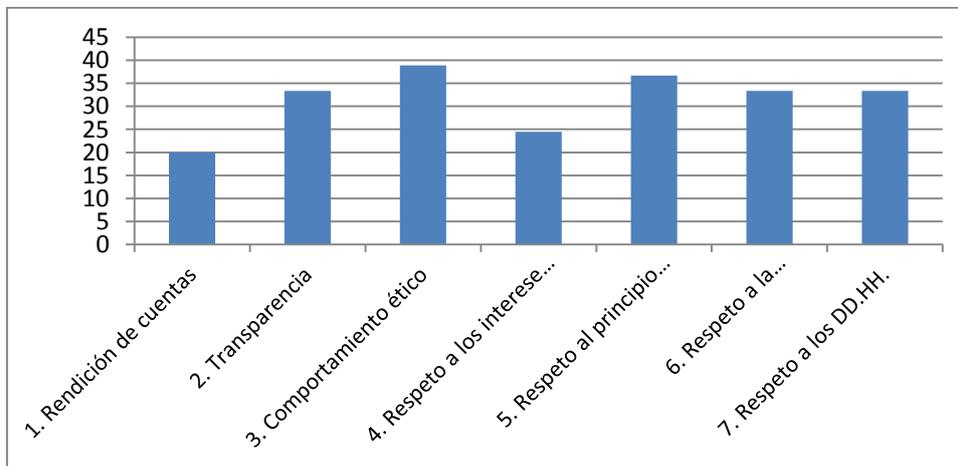


Ilustración N° 10: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los accionistas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los accionistas.

Análisis

Los valores ponderados que muestran la tabla 16 e ilustración 10, evidencian que la empresa no cumple con los principios mínimos de la RSE de la Norma 26000.

Tabla N° 17: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión del Presidente y Gerente

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL PRESIDENTE Y GERENTE	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	30
3. Comportamiento ético	40
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	25
5. Respeto al principio de legalidad	35
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	37
7. Respeto a los DD.HH.	50

Fuente: Encuestas aplicadas al Presidente y Gerente.

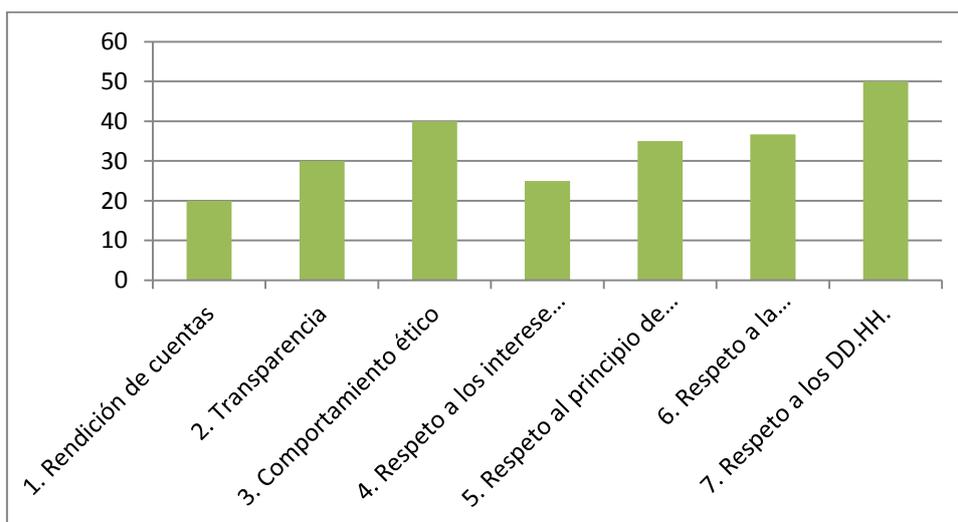


Ilustración N° 11: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión del Presidente y Gerente.

Fuente: Encuestas aplicadas al Presidente y Gerente.

Análisis

En la tabla 17 e ilustración 11 se puede observar que la empresa según el Presidente y Gerente, no cumple con los principios mínimos de RSE establecidos en la Norma ISO 26000.

Tabla N° 18: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión del personal administrativo.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	72
3. Comportamiento ético	69
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	21
5. Respeto al principio de legalidad	79
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	76
7. Respeto a los DD.HH.	40

Fuente: Encuestas aplicadas al personal administrativo.

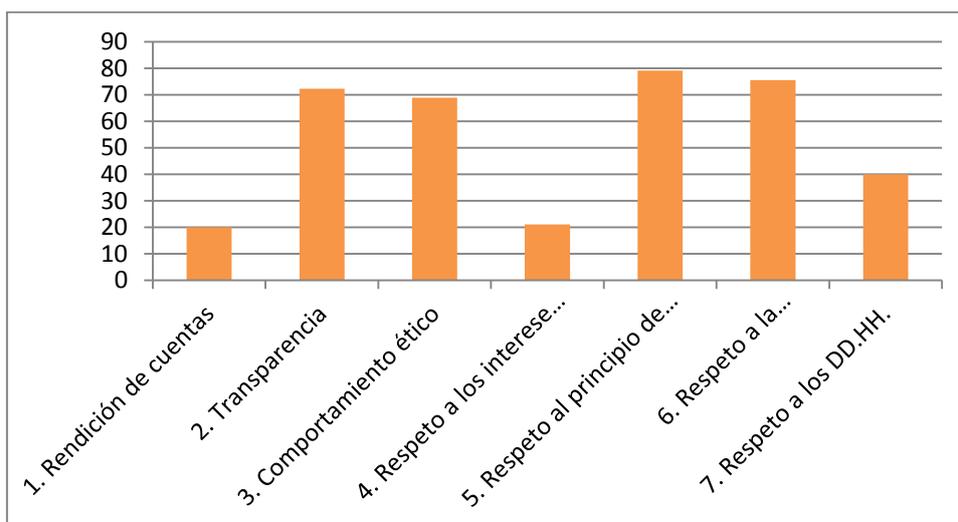


Ilustración N° 12 : Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión del personal administrativo.

Fuente: Encuestas aplicadas al personal administrativo.

Análisis

La tabla 18, ilustración 12 revelan que según el criterio del personal administrativo, la empresa no cumple con los requisitos y principios mínimos establecidos en la Norma ISO 26000.

Tabla N° 19 Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los auxiliares de limpieza.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS AUXILIARES DE LIMPIEZA	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	58
3. Comportamiento ético	59
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	25
5. Respeto al principio de legalidad	74
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	61
7. Respeto a los DD.HH.	35

Fuente: Encuestas aplicadas a los auxiliares de limpieza

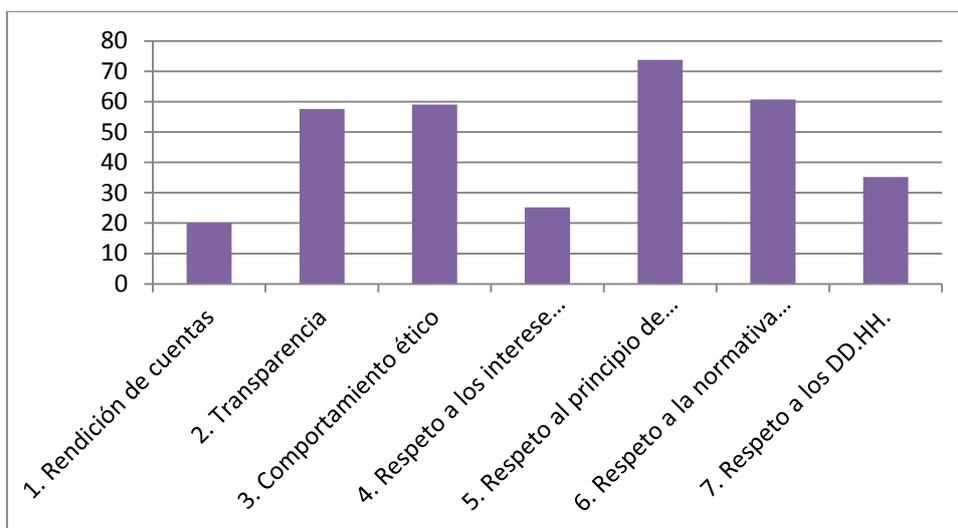


Ilustración N° 13: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los auxiliares de limpieza

Fuente: Encuestas aplicadas a los auxiliares de limpieza

Análisis

Según la apreciación de los auxiliares de limpieza, la empresa no cumple con los requisitos mínimos establecidos en la Norma ISO 26000, respecto de la RSE, tal como se puede verificar en los valores ponderados de la tabla 19, ilustración 13.

Tabla N° 20: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los proveedores.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS PROVEEDORES	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	70
3. Comportamiento ético	70
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	27
5. Respeto al principio de legalidad	69
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	68
7. Respeto a los DD.HH.	38

Fuente: Encuestas aplicadas a los proveedores

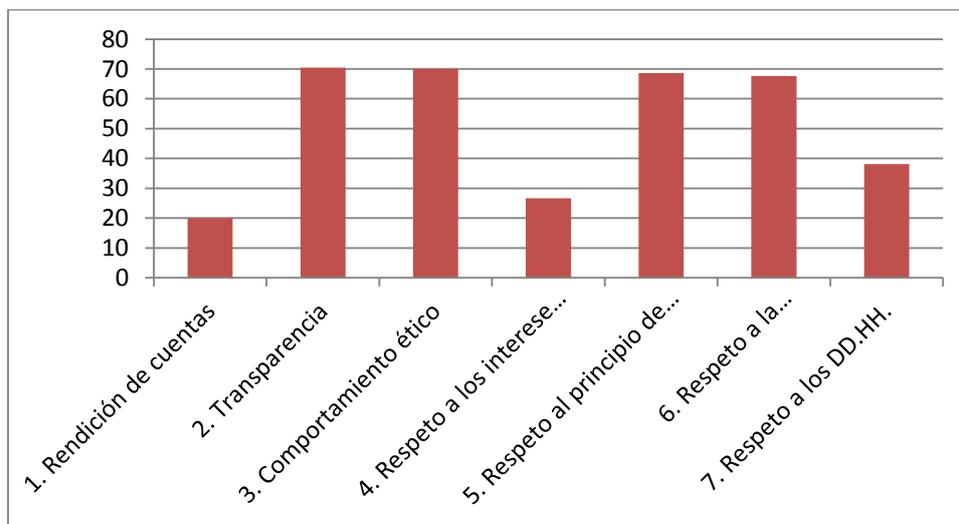


Ilustración N° 14: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los proveedores.

Fuente: Encuestas aplicadas a los proveedores.

Análisis

La tabla 20, ilustración 14, muestran que según la percepción de los proveedores, la empresa cumple parcialmente con los principios establecidos en la Norma ISO 26000.

Tabla N° 21: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los clientes.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CLIENTES	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	31
3. Comportamiento ético	27
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	20
5. Respeto al principio de legalidad	28
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	31
7. Respeto a los DD.HH.	28

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes.

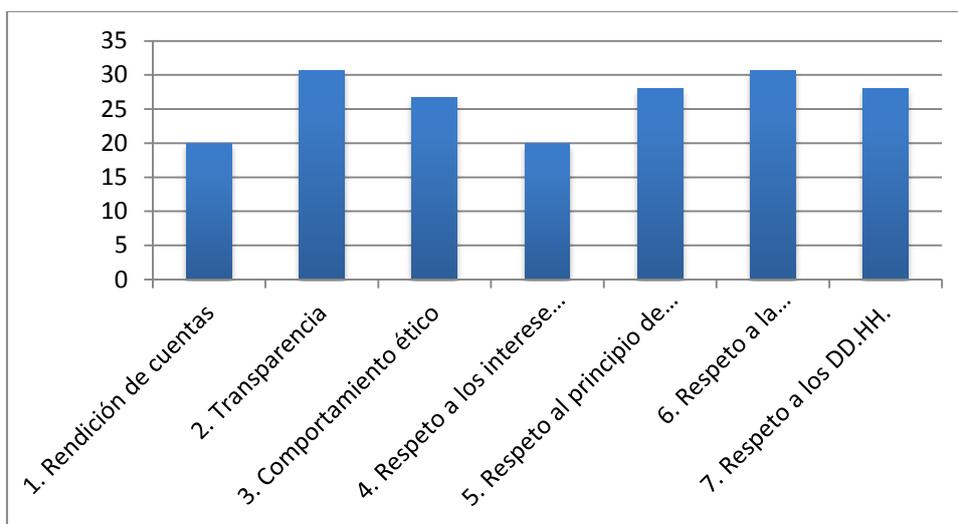


Ilustración N° 15: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los clientes.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes.

Análisis

En la tabla 21 e ilustración 15, se puede observar la percepción que tienen los clientes respecto de si la empresa cumple los principios mínimos establecidos en la Norma ISO 26000 en materia de RSE, evidenciándose que la empresa cumple parcialmente.

Tabla N° 22: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los stakeholders.

CUADRO GENERAL DE RESULTADOS	
PRINCIPIOS DE LA RSE	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas	20
2. Transparencia	57
3. Comportamiento ético	57
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés	24
5. Respeto al principio de legalidad	67
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	29
7. Respeto a los DD.HH.	27

Fuente: Encuestas aplicadas a los stakeholders.

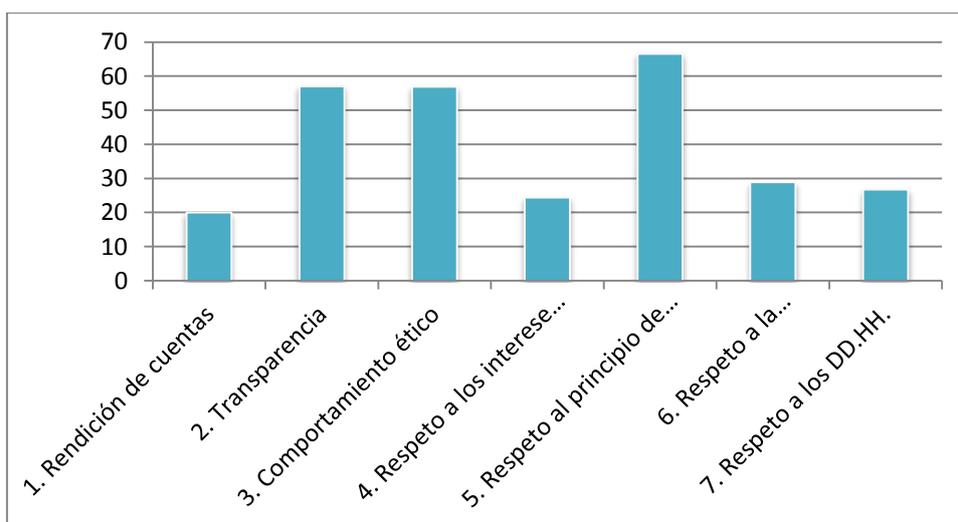


Ilustración N° 16: Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, visión de los stakeholders.

Fuente: Encuestas aplicadas a los stakeholders.

Análisis

En la tabla 22 e ilustración 16, se puede observar la percepción que tienen los clientes respecto de si la empresa cumple los principios mínimos establecidos en la Norma ISO 26000 en materia de RSE, según los resultados obtenidos, se puede determinar lo siguiente:

El 100% de los encuestados le dan un puntaje de 1 lo que equivale al 20% es decir nulo respecto a la Rendición de Cuentas, la empresa debe realizar este proceso a todos los grupos

de interés, a su vez debe informar temas de sostenibilidad. Transparencia la empresa tiene un 57% de cumplimiento, esto da una valoración de bueno, pero la entidad debe poner realizar actividades de responsabilidad social. La percepción de los grupos de interés en Comportamiento Ético es de 57% equivalente a buena, razón por la cual la empresa debe crear una normativa o un código de ética, Respecto al Principio de Legalidad un gran porcentaje de los encuestados le dan una calificación de 3 y 4 es decir medio y muy bueno equivalente de un promedio ponderado del 67%, a su vez la organización debe aplicar alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales y no tener retrasos.

La Normativa Internacional de Comportamiento los encuestados le dan una puntuación que fluctúa entre 3 y 4 equivalentes a un promedio ponderado del 29% es decir la empresa tiene poco conocimiento respecto a este tema. En relación al Principio del Respeto a los Derechos Humanos su calificación es nulo un promedio ponderado del 27%, la empresa debe tener un espacio exclusivo y un representante para DD.HH,

4.3 Informe de la responsabilidad social empresarial de la empresa Reyursa S.A

Desde fines del siglo XX se ha venido madurando la idea de contar con empresas socialmente responsables, que evidencien un comportamiento ético en su gestión, que busquen la preservación del medio ambiente, que mejoren la calidad de vida en el trabajo, que busquen una vinculación de la empresa con la comunidad, que satisfagan las necesidades y expectativas de los grupos de interés (stakeholders), todo esto se ha manifestado gracias al fenómeno de la globalización de los mercados.

La visión estratégica de la responsabilidad social empresarial se sustenta en la idea de que comportarse de manera socialmente responsable demanda de un sacrificio a corto plazo pero que también con frecuencia produce ganancias a largo plazo, el tema de responsabilidad social empresarial no es un tema aislado o una actividad rutinaria de la empresa, se relaciona con la estrategia de la empresa de lograr una ventaja competitiva en el mercado.

La presente investigación dio como resultados que la empresa objeto del estudio, está muy lejos de acercarse a ser gestionada apalancada con temas que involucren responsabilidad social empresarial, para introducirse en este modelo de gestión, deberá recorrer un largo

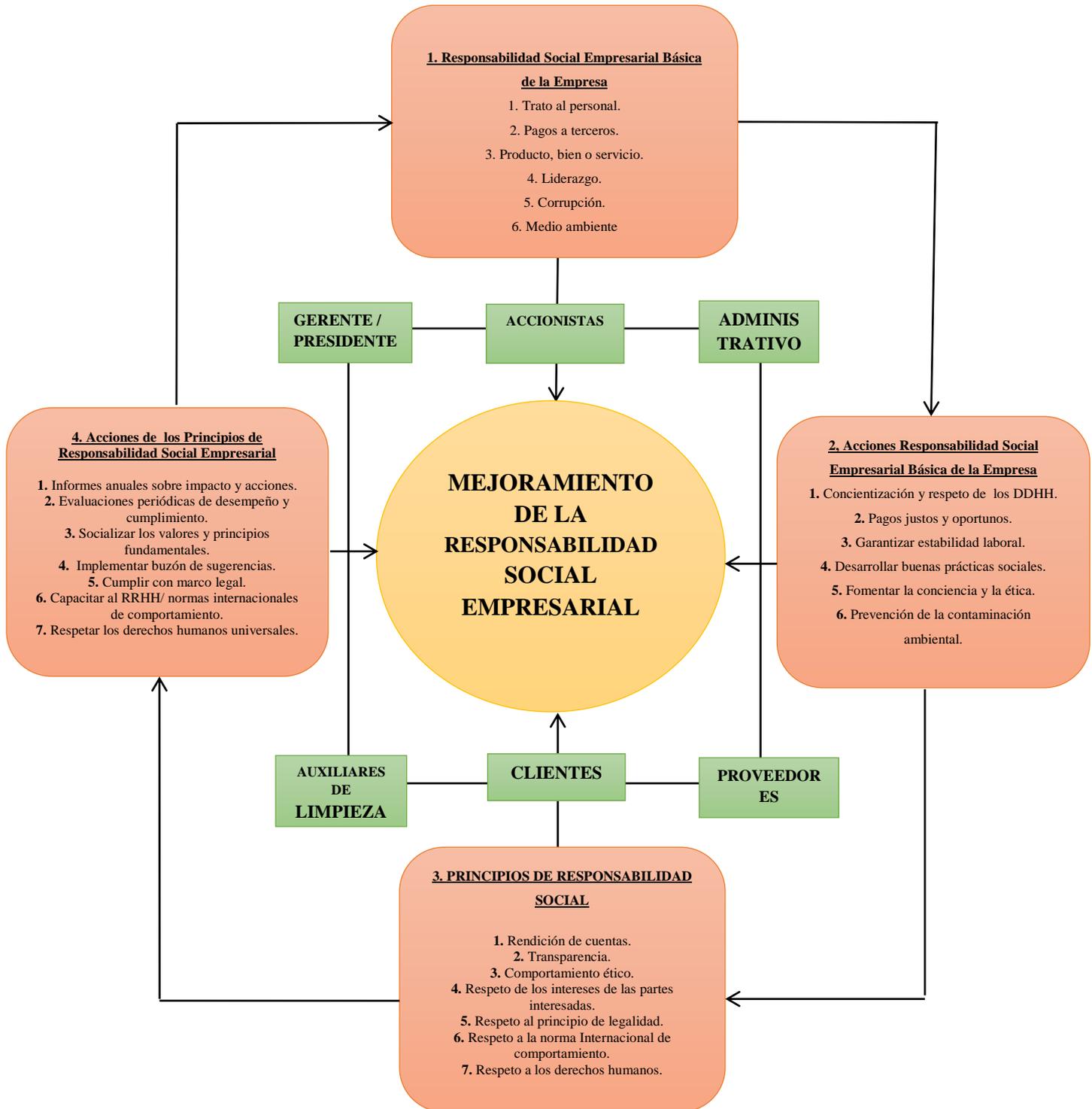
camino hasta convertirse en una empresa que sea gestionada pensando en los grupos de interés o stakeholders.

5 CAPÍTULO V: PROPUESTA

5.1 Diseño del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial según la Norma ISO 26000.

El modelo de Gestión RSE se resume en el siguiente gráfico.

Ilustración N°: 17



Fuente: Norma ISO 26000
Elaborado por: Edith Rogel

En el trabajo realizado, es fácil deducir que la empresa tiene un sinnúmero de inconvenientes, los mismos que le afectan de manera directa o indirecta, razón por la cual es urgente y propicio proponer un Modelo de Gestión con Responsabilidad Social, para que la empresa empiece a invertir en las comunidades que de una u otra forma son afectadas; a su vez se estará generando vínculos con sus stakeholders mejorando las relaciones tanto internas como externas; los mismos que aportaran a posesionarse, ganar un lugar en el mercado y mejorar las relaciones entre todos los grupos de involucrados.

5.2 Objetivo general de la propuesta para la empresa Reyursa S.A

Implantar un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial para que la empresa Reyursa S. A, comience a impartir ayudas humanitarias, sociales y ambientales en las comunidades de estado emergente.

5.2.1 Objetivos específicos

- Dar a conocer el modelo gestión con responsabilidad social empresarial a todos los stakeholders que se relacionan con la empresa Reyursa S.A, a través de talleres, seminarios y medios digitales como la página web y facebook, se estima una población objetiva de 47 clientes internos y aproximadamente entre proveedores, clientes y comunidad unas 1.500 personas.
- Realizar seguimientos continuos de las actividades ejecutadas por la empresa respecto de la responsabilidad social empresarial, por lo menos tres veces al año e informar sus resultados a los stakeholders anualmente.

5.3 Estrategias del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial

- Se elegirá un comité de responsabilidad social para que sea quien verifique el cumplimiento veraz y oportuno del modelo de gestión a implantar en la empresa Reyursa S.A.
- Se diseñara y entregará folletos en los cuales este plasmada toda la información básica que deben conocer sobre el tema de responsabilidad social y la importancia que tiene para todos los stakeholders el modelo de gestión empresarial.

- Se capacitará a todos los grupos de interés en temas de reciclaje, reutilización y reducción, para que sean coautores del proceso y cumplimiento de las diferentes actividades a emprender por parte de la empresa y a su vez sean beneficiados tanto la comunidad como el medio ambiente.
- Se subirá información en la página web de la empresa sobre el tema de RSE para que se conozcan los beneficios que se obtiene al aplicar este modelo, el cual ayudará a la sustentabilidad y sostenibilidad de la misma.
- Se realizará concursos por medio de la página del Facebook de la empresa, en los cuales se creará diferentes juegos para que el público seleccione las respuestas correctas relacionadas con el modelo de gestión con responsabilidad social, y se les motivará con un incentivo, a las personas ganadoras.
- Se pasará cuñas publicitarias utilizando los diferentes medios de comunicación de la ciudad de Machala tales como radiales, televisivos y escritos.
- Se presentará informes de los avances de todas las diferentes actividades realizadas para el cumplimiento del modelo de gestión.
- Se presentará informes de cumplimiento de las diferentes actividades ejecutadas por la empresa.
- Comunicar el modelo de gestión a todos los integrantes de la empresa y que se sumen al cumplimiento y desarrollo del mismo.
- Difundir la ayuda que otorga este modelo de gestión a todos los grupos de interés ya sean internos o externos.
- Realizar eventos que involucren a todo el personal de la empresa y a su vez a toda la ciudadanía del cantón Machala para que sean protagonistas del lanzamiento del modelo de gestión.
- Involucrar a todo el recurso humano de la empresa para que sean partícipes directos del modelo de gestión y promuevan al cumplimiento y ejecución.
- Realizar una campaña de información en los medios de comunicación del modelo de gestión empresarial para que toda la comunidad conozca los beneficios que este otorgará.
- Dar seguimiento y a su vez evaluar los resultados de este modelo de gestión empresarial.

5.4 Plan de Acción para la Implementación del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Reyursa S.A

En el siguiente esquema están reflejados los métodos para el cumplimiento y aplicación del modelo de gestión con responsabilidad social empresarial para la empresa Reyursa S.A.

Tabla N° 23: Metodología del Modelo de Gestión

METODOLOGÍA DEL MODELO DE GESTIÓN	ACCIONES	RESPONSABLES	FECHA	
			DESDE	HASTA
-Elegir un comité de responsabilidad social.	-Se elegirá un comité para que sea el responsable del lanzamiento, seguimiento, cumplimiento del modelo de gestión.	-Gerente -Departamento de Recursos humanos -Departamento Financiero	01-07 2016	30-07 2016
-Realizar un documento informativo para personal interno.	-Se realizará un documento informativo en el cual constaran temas de responsabilidad social, objetivos y actividades que se van a ejecutar en su beneficio.	-Comité de responsabilidad social. -Departamento de Recursos humanos -Departamento Financiero	01-08 2016	31-08 2016
-Planificar capacitaciones a los grupos de interés externo e interno.	-Se capacitará a los grupos de interés tanto internos como externos, para que tengan conocimiento del modelo de gestión y sean partícipes del mismo.	-Comité de responsabilidad social. -Departamento de Recursos humanos -Departamento Financiero	01-09 2016	01-11 2016
-Formalizar la difusión de la información en la web.	-Se reunirán para planificar la información que será subido a la web para que puedan la personas externas llevarlo a cabo.	-Comité de responsabilidad social. -Gerente	01-11 2016	01-12 2016
-Disponer de estímulos para	-Coordinar para seleccionar que tipo de motivación se les va a dar	-Departamento de		

las personas externas.	a los grupos de interés que participen mediante la página del facebook.	Recursos humanos -Departamento Financiero. -Departamento Contabilidad	01-12 2016	01-01 2017
-Circular información en medios de comunicación.	-Se coordinara con los medios de comunicación para entregar la información del modelo de gestión que será difundida.	-Comité de responsabilidad social. -Departamento Recurso humano	01-01 2017	01-03 2017
-Planificar las reuniones para informar el cumplimiento de todas las actividades a ejecutar.	-Organizar reuniones quincenales para notificar los avances y cumplimiento de las actividades.	-Comité de responsabilidad social. -Departamento Recurso humano -Departamento Financiero.	01-03 2017	01-05 2017
-Coordinar las reuniones para informar el cumplimiento y avances del modelo de gestión.	-Realizar reuniones mensuales para informar y verificar la aceptación del modelo de gestión.	-Comité de responsabilidad social. -Gerente -Departamento Financiero.	01-05 2017	01-07 2017

Elaborado por: la autora

5.5 Presupuesto para ejecución

En el siguiente cuadro están plasmados los gastos que incurrirán en el modelo de gestión implantado para la empresa Reyursa S.A.

Tabla N° 24: Presupuesto del Modelo de Gestión

ACCIONES	TIEMPO ESTIMADO	RECURSOS	GASTOS
-Comité de RSE	1 mes	Humano:	\$500

		Reunión	
-Folletos	1 mes	Documentos: -Folletos	\$400
-Capacitaciones	2 meses	Tecnológico: -Computadora -Proyector Material: Hojas, carpetas, esferos.	\$1.000
-Página Web	1 mes	Tecnológico: -Internet	\$500
-Estímulos	1 mes	Material: -Premios	\$1.000
-Publicidad	2 meses	Tecnológico: -Medios informativos	\$800
-Informe	2 meses	Tecnológico: -Computadora y proyector	\$400
-Cumplimiento	2 meses	Documentos: -Informes	\$400
Total presupuesto	1 año		\$ 5.000

Elaborado por: la autora

5.6 Evaluación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial

Se la llevará a cabo después que el modelo de gestión con responsabilidad social empresarial en la empresa Reyursa S.A se lo haya ejecutado, el mismo que lo realizará el Comité de responsabilidad Social conjuntamente con el Gerente y el departamento Recursos Humanos el

cual se dará a conocer en el transcurso de un año, será transmitido a todo el personal de la empresa y a su vez a los grupos de interés tanto internos como externos.

El objetivo de la responsabilidad social es hacer que la empresa sea más sustentable y sostenible con especial atención a los tres elementos que caracterizan a este modelo que son: lo económico, cuidado del medio ambiente y la ética empresarial. Con estos antecedentes, la **empresa desea alinearse con este modelo respetando los siete principios que sugiere la Norma ISO 26000**, rendición de cuentas, transparencia, compromiso ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de comportamiento, respeto a los derechos humanos.

5.6.1 Aplicación de los principios de la Responsabilidad Social

Posteriormente de la encuesta realizada a los grupos de interés para comparar a la Responsabilidad Social Empresarial con los siete principios de la Norma ISO 26000 RSE, se puede determinar que el porcentaje de cumplimiento es muy bajo por lo tanto la empresa debe trabajar y establecer políticas y directrices que contribuyan a elevar el nivel de cumplimiento de estos principios, los cuales se detallan a continuación conjuntamente con las acciones a realizar por parte de la empresa.

5.6.1.1 Rendición de Cuentas

En este principio el nivel de cumplimiento de la empresa es apenas del 20% por lo que Reyursa S. A. a través de su Gerente y el Comité de Responsabilidad Social se comprometen a presentar a los grupos de interés un informe anual, la primera semana de febrero de cada año sobre el impacto que sus actividades y decisiones generen a la sociedad, la economía y el medio ambiente, especialmente las consecuencias negativas y significativas.

5.6.1.2 Transparencia

En este principio el nivel de cumplimiento de la empresa es del 57%, por lo tanto Reyursa S.A, se compromete a presentar los informes corporativos de forma transparente y responsable de las actividades que lleva a cabo.

Según la Norma (ISO 26000, 2010), los informes que la empresa presente a la comunidad, deberán contener como mínimo los siguientes requisitos:

El propósito, naturaleza y localización de las actividades de la empresa a su vez realizaran rendición de cuentas a los todos los grupos de interés, realizará la evaluación periódica del desempeño y cumplimiento de las actividades que tengan relación con la responsabilidad social y los probables impactos ambientales.

5.6.1.3 Compromiso Ético

Al cotejar la situación real de la empresa en RSE frente a este principio, se observa que el nivel de cumplimiento es de apenas el 57%, por lo que Reyursa S.A. se compromete a mantener un comportamiento ético en todas sus actividades y decisiones que tengan impacto sobre la sociedad, economía y medio ambiente, alineados con los valores de la honestidad, equidad e integridad.

La empresa se compromete a declarar y socializar sus valores y principios fundamentales, los mismos que deberán ser parte de la filosofía empresarial y que forman parte de la planificación estratégica de la empresa, también mantener una estructura plana en la organización que permita una comunicación fluida entre todos sus miembros y partes interesadas.

Realizar y comunicar a todos el código de ética el mismo que debe estar enfocado en valores, cultura, integridad, prevención o solución de conflictos de interés de toda la organización, el mantenimiento de mecanismos de supervisión y controles para hacer seguimiento para apoyar y reforzar el comportamiento ético.

5.6.1.4 Respeto a los intereses de las partes interesadas

Del análisis de la encuesta aplicada a los grupos de interés respecto del cumplimiento de este principio por parte de la empresa se observa que el nivel de cumplimiento es del 24%, con este antecedente, Reyursa S. A. se compromete especialmente a respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas, para este fin la empresa tendrá a disposición un buzón de sugerencias para recibir quejas, reclamos u observaciones, y una

comisión permanente que canalice y de solución a los mismos, para mantener un clima laboral de armonía y buena comunicaron con todos los grupos de interés.

5.6.1.5 Respeto al principio de legalidad

El nivel de cumplimiento actual por parte de la empresa respecto de este principio es del 67%, por lo tanto la empresa reconoce y acepta a este principio como obligatorio partiendo del concepto de que las personas y las empresas no están por encima de la ley, Reyursa acepta y se compromete a respetar todas las leyes vigentes a nivel local, regional, nacional e internacional.

La empresa debe cumplir con el marco legal y mantenerlos informados de los procesos realizados y a su vez analizar y exponer el grado de cumplimiento, socializar las leyes vigentes a todos los empleados de la empresa para su fiel cumplimiento y aplicación, dar cursos de capacitación y actualización de las leyes vigentes, por lo menos una vez al año o cuando la circunstancias así lo ameriten.

5.6.1.6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento

La empresa apenas tiene un nivel de cumplimiento de este principio del 29% por lo que tiene que comprometerse a respetar la normativa internacional de comportamiento en todos sus ámbitos de influencia, para dar fiel cumplimiento a este principio, la empresa nombrará una comisión cuyas responsabilidades serán:

- Revisar la norma internacional vigente aplicable a la empresa.
- Capacitar a todo el personal de la empresa respecto de las normas internacionales vigentes.
- Auditar periódicamente el cumplimiento de la norma internacional.

5.6.1.7 Respeto a los derechos humanos

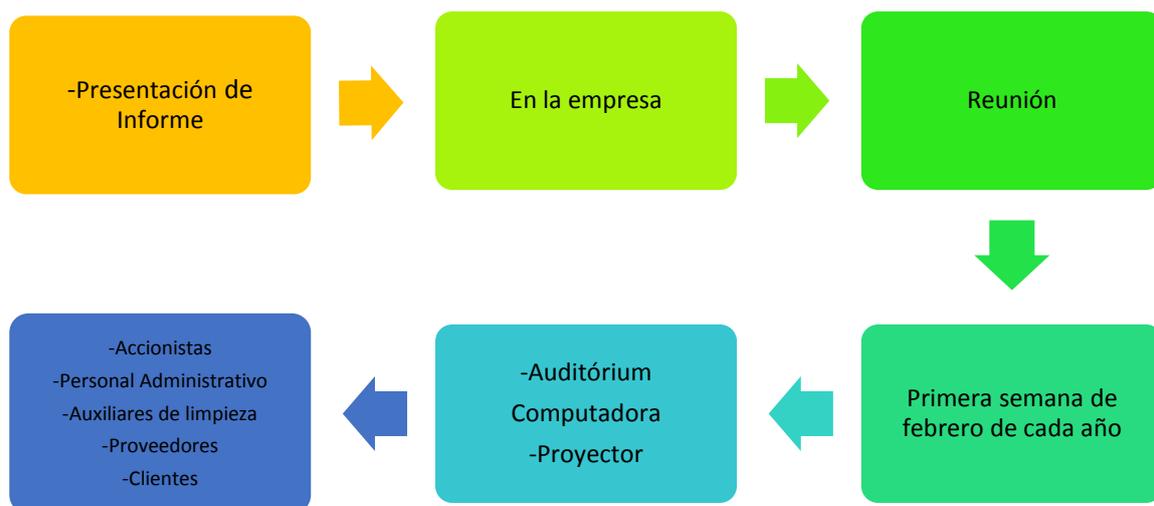
El nivel de cumplimiento de la empresa en este principio es de apenas el 27% por lo que a partir de la vigencia de este modelo de gestión, Reyursa S. A reconoce y respeta a los derechos humanos como un principio universal, a su vez debe, respetar y difundir los derechos humanos dentro de la empresa, promover los derechos humanos que están estipulados en la carta universal de DDHH y aplicar estos derechos que ya están estipulados para trabajar en un ambiente de armonía y bienestar.

5.7 Memorias de la Responsabilidad Social Empresarial

5.7.1 Rendición de Cuentas

El gerente debe realizar una invitación y ejecutar una reunión todos los años en la primera semana del mes de febrero, para rendir cuentas y exponer a los accionistas, personal administrativo, auxiliares de limpieza, proveedores y clientes; sobre las actividades ejecutadas, para llegar con la información se debe utilizar talleres, para poder involucrar a todos los grupos de interés y que conozcan todas las actividades que se están cumpliendo después de la aplicación del modelo, para ellos se utilizará computadora y proyector.

Ilustración N°: 18+



Fuente: Norma ISO 26000

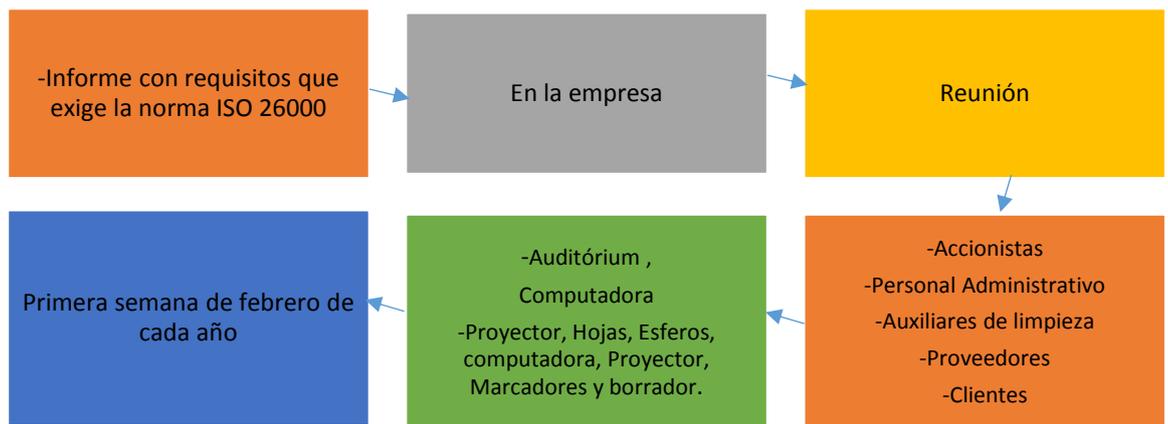
Elaborado por: La autora

5.7.2 Transparencia

El gerente de la empresa Reyursa S.A deben realizar un informe en la fecha descrita en el gráfico a continuación, el mismo que tiene que cumplir y estar enmarcado en los requisitos que ordena de la Norma ISO, lo más recomendable es ejecutar la reunión dentro de la empresa

para que los grupos de interés tengan mayor credibilidad en el modelo aplicado, en el cual se utilizará hojas, esferos, computadora, proyector, marcadores y borrador.

Ilustración N°: 19



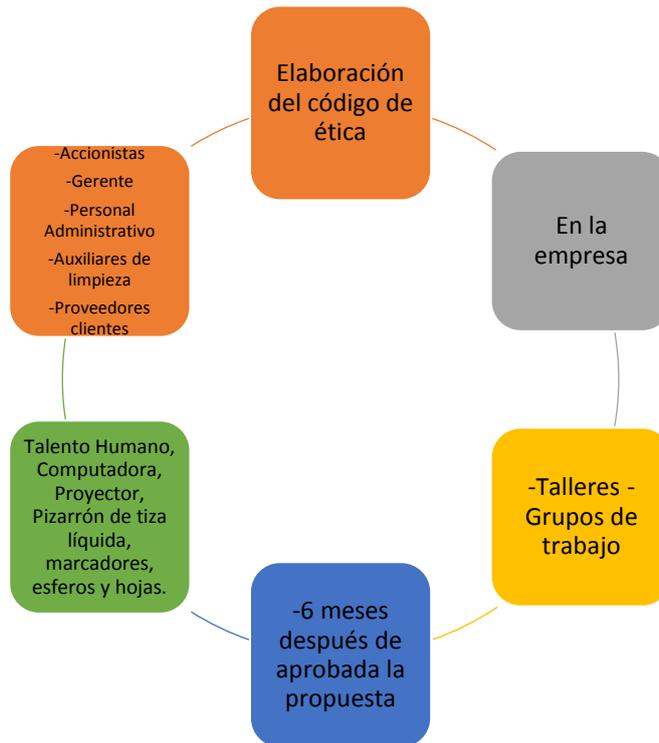
Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

5.7.3 Compromiso Ético

La empresa Reyursa S.A después de seis meses de aprobada la propuesta, el departamento de Talento Humano urgentemente debe ostentar un código de ética, a su vez es el responsable de informar y presentarlo, para su conocimiento y aplicación a todos los stakeholders, para mejor comprensión es recomendable analizarlo e interpretarlo dentro de la empresa en grupos de trabajo y talleres, en el cual se utilizará proyector, pizarra acrílica, marcadores, esferos y hojas.

Ilustración N°: 20



Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

5.7.4 Respecto al interés de las partes interesadas

El gerente conjuntamente con el personal administrativo son los encargados de enviar a elaborar e instalar un buzón de sugerencias para poder recopilar los reclamos y quejas de los grupos de interés, esto se abrirá mensualmente para analizar, tabular los resultados arrojados y conocer las inquietudes depositadas en este buzón, para poder tomar correcciones necesarias y así mejorar la prestación de servicios en las áreas que hayan tenido inconvenientes, en el cual se utilizará un buzón de sugerencias, hojas, esferos y computadora.

Ilustración N°: 21



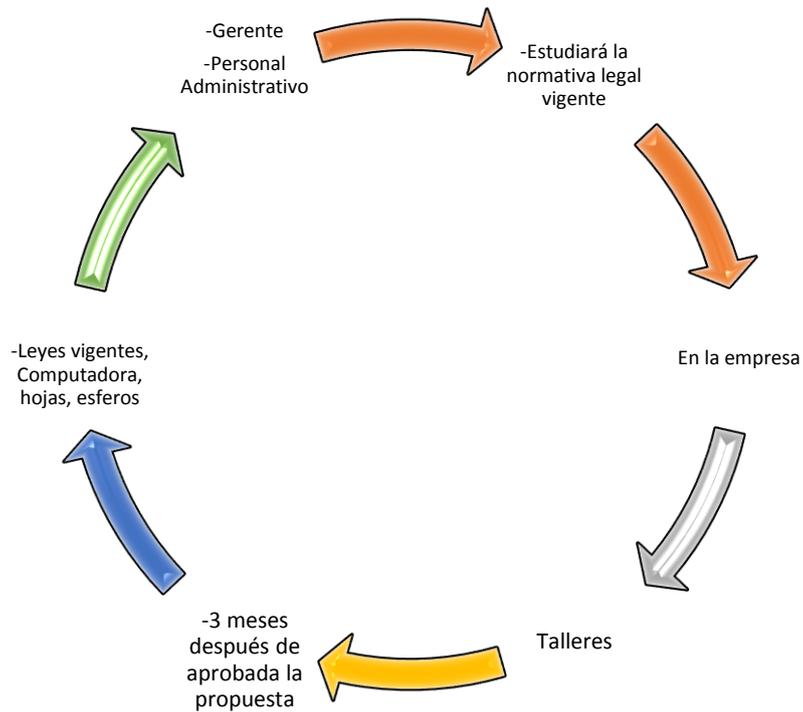
Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

5.7.5 Respeto al Principio de Legalidad

Después de tres meses de aplicado el modelo él gerente conjuntamente con el personal administrativo analizaran la normativa legal vigente, para empresas de servicio a su vez estar actualizados y poder tomar decisiones acertadas, posteriormente se realizará la reunión en la empresa por medio de talleres se analizará, interpretará y se dará a conocer a los grupos de interés, para ellos se utilizará leyes, computadora, hojas y esferos.

Ilustración N°: 22



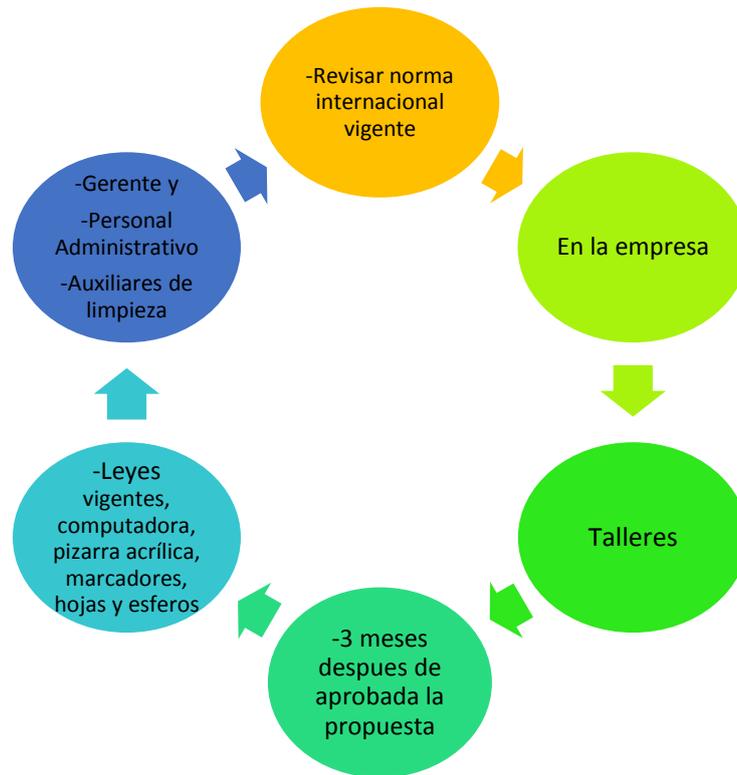
Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

5.7.6 Respeto a la Normativa Internacional de Comportamiento

El gerente y el personal administrativo revisará la norma internacional de comportamiento vigente aplicable a la empresa y posteriormente la socializará a los auxiliares de limpieza, para que tengan conocimiento de la misma y poder aplicarlos en los diferentes lugares donde presta sus servicios la empresa, se lo ejecutará por medio de talleres dentro de la empresa, después de tres meses de aprobada la propuesta y los materiales a utilizar en esta actividad son las leyes vigentes, computadora, pizarra acrílica, marcadores, hojas y esferos.

Ilustración N°: 23



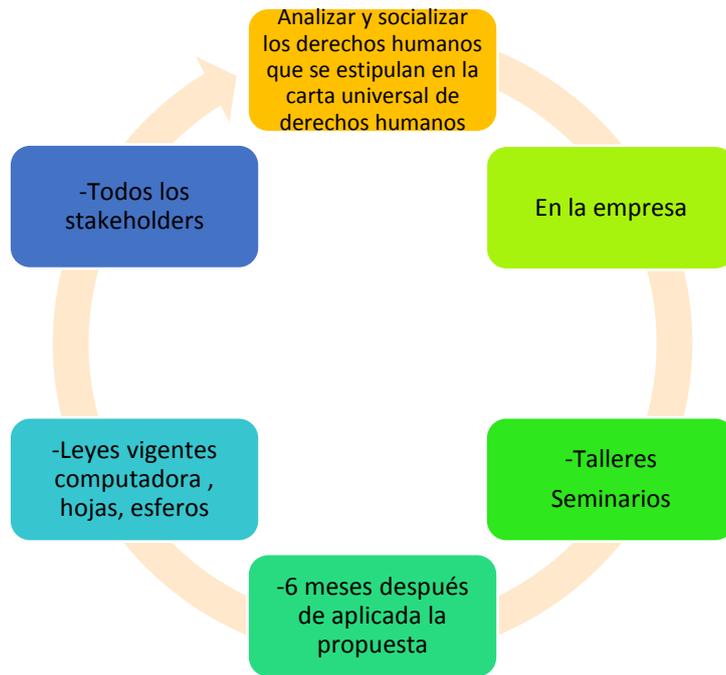
Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

5.7.7 Respeto a los Derechos Humanos

El gerente con el departamento de talento humano dará a conocer y socializarán a todos los stakeholders sus derechos que se estipulan en la carta universal de derechos humanos, para que puedan hacer cumplirlos y respetarlos en cualquier circunstancia que se encuentren, se lo realizará después de seis meses de aplicada la propuesta, en la empresa el mismo que se llevará a cabo por medio de talleres o seminarios y los materiales a utilizar son leyes vigentes, computadora, hojas y esferos.

Ilustración N°: 24



Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

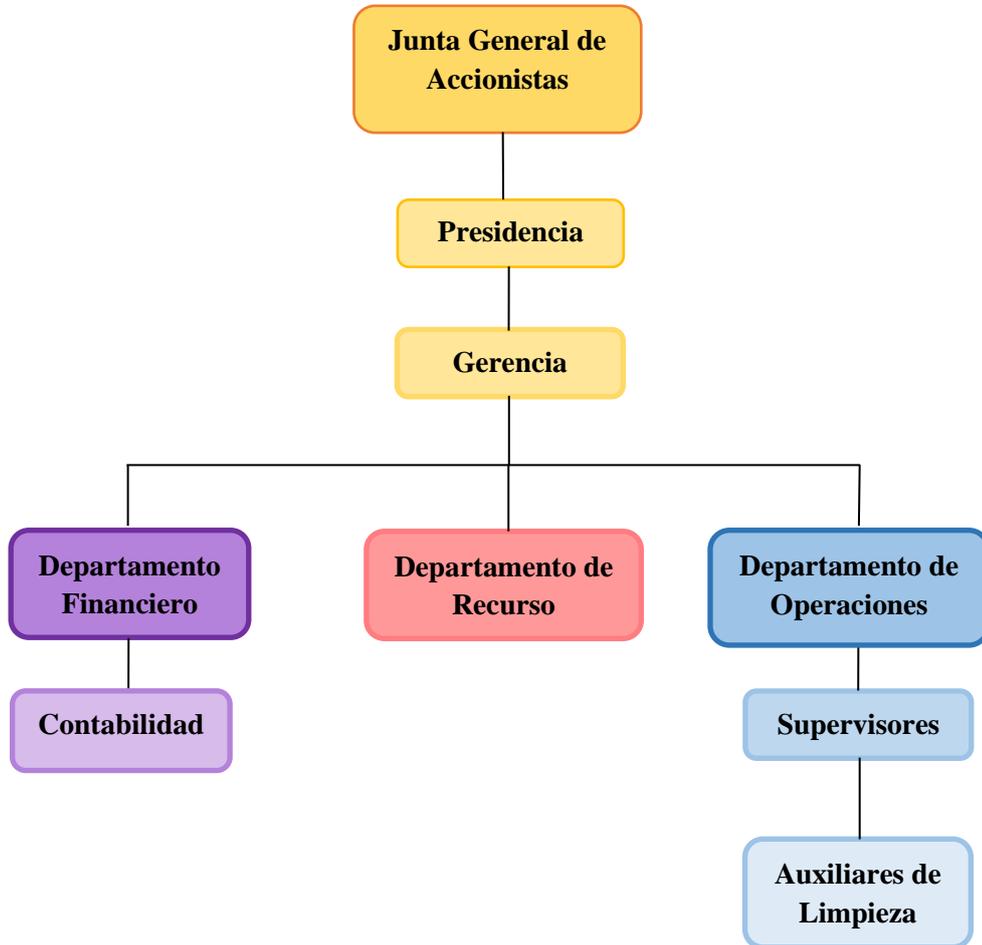
5.8 Aplicación de las Materia Fundamentales de Responsabilidad Social

La empresa Reyursa S.A, con la finalidad de establecer el alcance de su gestión con responsabilidad social, es necesario dar cumplimiento a las siguientes materias fundamentales según la Norma ISO 26000, 2010 las mismas que detallo a continuación:

5.8.1 Gobernanza de la organización

La empresa ha definido su relación jerárquica para la toma de decisiones a través del siguiente organigrama estructural.

Ilustración N°: 25



Bajo este esquema cada nivel jerárquico deberá presentar su informe de rendición de cuentas de sus actividades, especialmente de aquellas que afectan de una manera positiva o negativa a los grupos de interés, este informe rendición de cuentas deberán presentar los cinco primeros días de cada mes.

5.8.2 Derechos Humanos

Reyursa S. A. se compromete a respetar los derechos civiles, políticos, económicos sociales y culturales, especialmente los que tienen que ver con libertad de expresión, derecho al trabajo, salud, alimentación, vida y seguridad dentro de la sociedad.

El representante legal y el departamento de recursos humanos de la empresa debe difundir la política de derechos humanos en toda la organización, que garantice su cumplimiento por todos los grupos de interés, dos veces al año.

5.8.3 Prácticas laborales

La empresa para cumplir con este principio, se compromete hasta diciembre del presente año a implantar y hacer cumplir a cabalidad los reglamentos de reglamento interno, reglamento de salud y seguridad e higiene industrial.

5.8.4 Medio Ambiente

Reyursa S. A. se compromete a utilizar de manera eficaz y eficiente los recursos, y de esta manera reducir el impacto ambiental que sus actividades puedan tener sobre el medio ambiente.

A su vez saber cuáles son las fuentes de contaminación para tomar medidas y no perjudicar al medio ambiente, reducir el consumo excesivo de los servicios básicos, también identificar el impacto que tienen las actividades para prevenir daños en su entorno, involucrarse directamente con la comunidad para plantear y escuchar propuestas.

La empresa debe exponer y explicar los materiales tóxicos que se utiliza y /o que se libera y el efecto que tienen para la salud y el medio ambiente así mismo implementar un programa de prevención y preparación ante accidentes y tomar medidas si en alguna ocasión están presentes los accidentes ambientales en los cuales estén inmersos todos los stakeholders.

5.8.5 Prácticas justas de operación

La empresa Reyursa S. A. se compromete a implementar políticas y prácticas para evitar que se cometan actos de corrupción dentro o fuera de la empresa para así ayudar a mejorar el nivel de vida de todas las personas que están dentro del nivel de influencia de la empresa.

5.8.6 Asunto de consumidores

La empresa Reyursa S. A. se compromete a mantener informados a los consumidores respecto del servicio que presta y verificar que cumpla con sus necesidades, ofrecer un servicio que no perjudique la salud de los consumidores, brindar servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores presentes y los más importante sin perjudicar las necesidades de generaciones futuras, brindar un servicio post venta que satisfaga las necesidades de los consumidores, mantener la privacidad y confidencialidad de los datos de los consumidores,

apoyar para que los grupos de interés tengan acceso a los servicios básicos, capacitación permanente a los consumidores en temas relacionados con sus derechos y obligaciones, semestralmente.

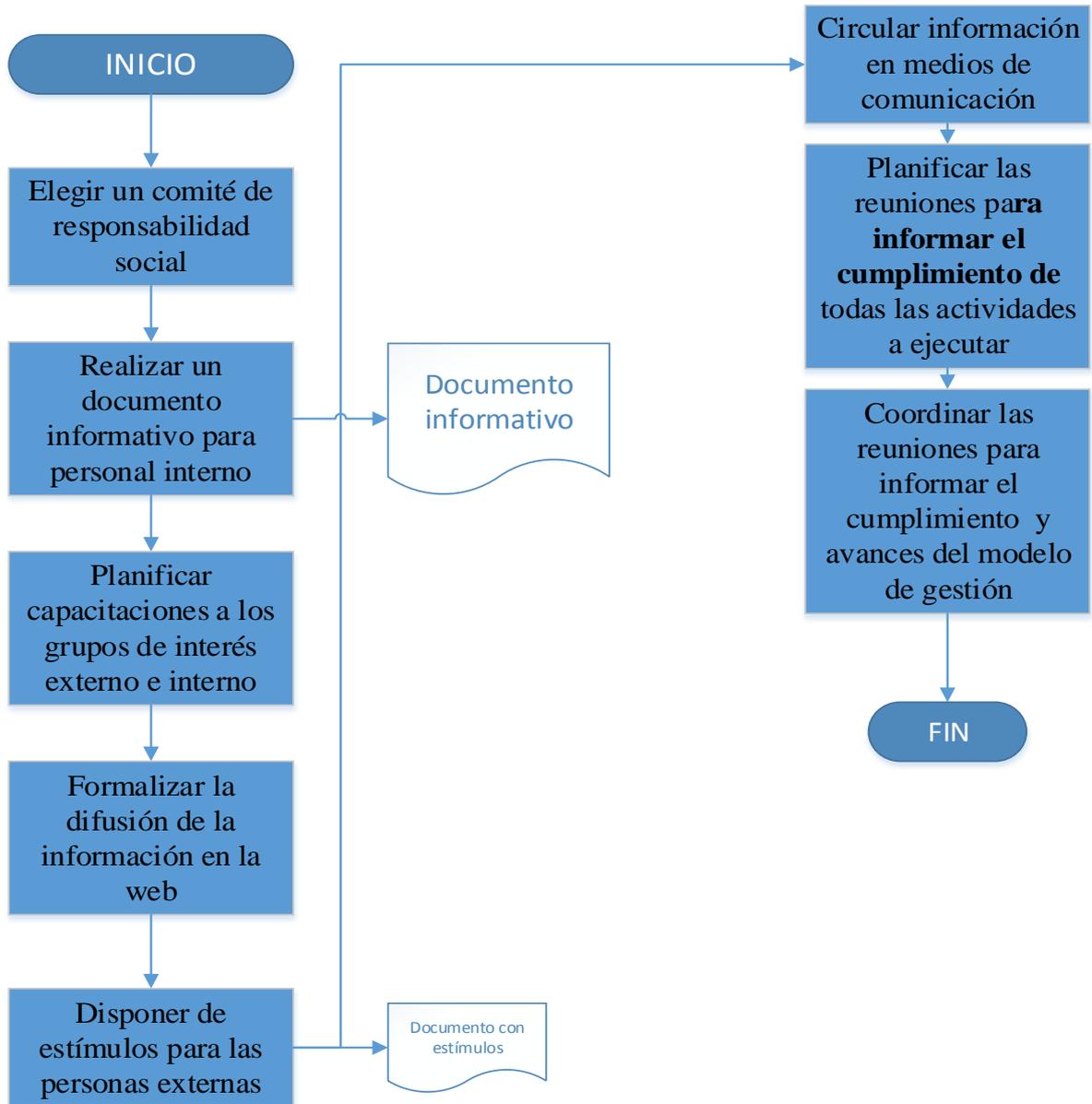
5.8.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad

La empresa se compromete a tener una participación activa en la solución de problemas de la comunidad, promover la educación y cultura dentro de los grupos de interés en el círculo de su influencia, invertir en proyectos que permitan la generación de empleo y mejoren la calidad de vida de las personas de su comunidad, apoyar mediante la creación de centros que permitan el acceso a la tecnología.

Es importante recalcar para la empresa Reyursa S. A. para poner en práctica este modelo de gestión con responsabilidad social empresarial, deberá contar con el compromiso y apoyo de todos los clientes internos, especialmente del nivel jerárquico más alto de la organización, elevando el nivel de conciencia, compromiso, empoderamiento y comprensión de los principios y materias que sugiere la Norma ISO 26000.

5.9 Proceso para la Aplicación del Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial

Ilustración N°: 26



Fuente: Norma ISO 26000

Elaborado por: La autora

CONCLUSIONES

Al realizar el diagnóstico de la situación actual de la empresa Reyursa S.A. respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, primero evaluando cuál era la percepción de los grupos de interés respecto de la RSE básica de la empresa y luego cotejamiento de la situación real de la empresa en Responsabilidad Social Empresarial frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, se comprobó que el nivel de cumplimiento de la empresa respecto de los principios es muy bajo, razón por la cual es necesario la aplicación del modelo de gestión propuesto.

Una vez realizada la tabulación de resultados se pudo determinar que la hipótesis es verdadera, por cuanto se demostró que al no existir un modelo de gestión con responsabilidad social empresarial tanto en la percepción de los stakeholders sobre el cumplimiento de RSE básica de la empresa y el cotejamiento con los principios de la norma ISO 26000, se obtuvo un promedio ponderado que está en un rango del 50% al 70% , lo que refleja claramente que la empresa debe enfocar sus esfuerzos en implementar urgentemente el modelo de gestión con responsabilidad social empresarial.

Realizada la investigación de campo se llegó a determinar que la empresa Reyursa S.A necesita urgentemente la aplicación del modelo de gestión, que le permita ser sustentable y sostenible, para ello en este trabajo se presenta la propuesta del Modelo de Gestión, en el cual se refleja el cumplimiento y la capacidad de respuesta de la empresa con todos los stakeholders relacionados directa o indirectamente con la organización.

El presente trabajo aborda la importancia sobre el uso y aplicación de la norma de Responsabilidad Social ISO 26000, para la empresa Reyursa S.A, finalmente la propuesta de un modelo de gestión que supla las diferentes falencias existentes con los grupos de interés.

RECOMENDACIONES

La empresa Reyursa S.A para ser socialmente responsable, dentro de su estrategia de negocio no debe incluir solamente las dimensiones que conducen a objetivos financieros de interés para sus propietarios, sino que también algo muy importante incorporar objetivos sociales y medioambientales, direccionados al bienestar de los stakeholders y comunidad en general.

Incluso introduce elementos de comportamiento ético que interesan a los distintos grupos de interés relacionados directamente con la actividad de cada empresa concreta y con los intereses de la colectividad, no sólo la de su entorno natural sino incluso en su dimensión mundial, a favor de un desarrollo sostenible de la propia empresa y de la colectividad nacional e internacional.

Capacitar a todos los grupos de interés de la empresa Reyursa S. A, para que tengan conocimiento y se empoderen de los siete principios de la Norma ISO 26000 RSE, los mismos que son la base fundamental de este Modelo de Gestión RSE.

La empresa Reyursa S. A, debe realizar todas las actividades recomendadas pertinentes para cumplir, implantar y poner en práctica la aplicación de la ISO 26000, basándose en el modelo propuesto.

Realizar tres veces al año una auditoria de seguimiento de la implementación del modelo de gestión con responsabilidad social empresarial.

Implementar el Modelo de Gestión con Responsabilidad Social Empresarial según la estrategia propuesta en esta investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación* (Segunda Edición ed.). México. Pearson Educación.
- Ekos. (2011). Empresas con Responsabilidad Corporativa. *Ekos Negocios*, 18-19.
- Hernández, Sampeiri. Fernández, C, & Baptista, Lucio. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta edición ed.). México. McGraw Hill.
- ISO 26000. (2010). *Guía de Responsabilidad Social*. AENOR.
- J. Farao, & A, Vitard. (2011). *Los No. 1 en Responsabilidad Social Sustentable*. Buenos Aires, Argentina. Kier S. A.
- Martinez, H. (2014). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial* (Primera Edición, reimpresión noviembre 2014 ed.). Bogotá, Colombia. ECOE ediciones Ltda.
- Martinez, H. (2014). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial* (Primera Edición, reimpresión noviembre 2014 ed.). Bogotá, Colombia. ECOE ediciones Ltda.
- Méndez, Álvarez. (2011). *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con énfasis en Ciencias Empresariales* (Segunda edición ed.). México. Limusa S.A.
- Moguel, M. Laguna , H. Camacho, J. Trejo, J, & Gordillo, R. (2013). *Manual y Guía de Responsabilidad Social de las Empresas* (Primera ed.). México. FONTANA.
- Raufflet, E. Lozano, J. Barrera, E. & Garcia de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial* (Primera Edición ed.). México. Pearson.

ANEXOS

Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Estimada / estimado

Esta encuesta es para medir el grado de percepción de los grupos de interés respecto a la Responsabilidad Social Empresarial básica de la empresa, solicitamos contestar con absoluta objetividad.

Escala: muy insatisfactorio(1) insatisfactorio (2) Normal (3) Bueno (4) excelente (5)

(1) es lo peor y (5) es lo mejor

Nivel de comportamiento percibido:

Ámbito / Aspecto

Nro.	Pregunta	1	2	3	4	5
	Trato al personal					
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?					
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?					
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?					
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?					
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?					
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?					
	Pagos a terceros					
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?					
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?					
	Producto, bien o servicio					
9	¿La empresa presta un buen servicio?					
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?					

11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?					
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?					
	Liderazgo					
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?					
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?					
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?					
	Corrupción					
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?					
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?					
	Medio Ambiente					
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?					
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?					
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?					

Fuente: Revista Ekos 2011



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Estimada / estimado

Esta encuesta es para medir el grado de percepción de los grupos de interés respecto al cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000, solicitamos contestar con absoluta objetividad.

Escala: nulo (1) poco (2) medio (3) bueno (4) muy bueno (5)

Cotejamiento de la situación real de la empresa en RSE frente a los siete principios de la Norma ISO 26000

Nro.	Pregunta	1	2	3	4	5
	1. Rendición de cuentas					
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?					
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?					
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?					
4	¿Los grupos de interés opinan y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?					
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?					
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?					
	2. Transparencia					
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.					
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?					
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?					
	3. Comportamiento ético					
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?					
11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?					

12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?					
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?					
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?					
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?					
	4. Respeto a los intereses de los grupos de interés					
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?					
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?					
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?					
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?					
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?					
	5. Respeto al principio de legalidad					
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?					
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?					
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?					
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?					
	6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento					
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?					
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?					
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?					

	7. Respeto a los DD.HH.					
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?					
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?					
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?					

Fuente: Revista Ekos 2011

**PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA
ENCUESTA APLICADA AL PRESIDENTE Y GERENTE**

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal										
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?				1	1	2	10	9	90
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?	2					2	10	2	20
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?				2		2	10	8	80
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?			1	1		2	10	7	70
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?			2			2	10	6	60
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?		2				2	10	4	40
	Total	2	2	3	4	1	12	60	36	60

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
2. Pagos a terceros										
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?			2			2	10	6	60
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?			2			2	10	6	60
	Total	0	0	4	0	0	4	20	12	60

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
3. Producto, bien o servicio										
9	¿La empresa presta un buen servicio?			2			2	10	6	60
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?			2			2	10	6	60
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?			2			2	10	6	60
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?			1	1		2	10	7	70
	Total	0	0	7	1	0	8	40	25	63

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
4. Liderazgo										
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?				2		2	10	8	80
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?				2		2	10	8	80
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?		1		1		2	10	6	60

	Total	0	1	0	5	0	6	30	22	73
--	--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO O OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?			1	1		2	10	7	70
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?			1	1		2	10	7	70
	Total	0	0	2	2	0	4	20	14	70

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO O OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?			2			2	10	6	60
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?			1	1		2	10	7	70
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?			1	1		2	10	7	70
	Total	0	0	4	2	0	6	30	20	67

**PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	1. Trato al personal									
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?				1	5	6	30	29	97
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?					6	6	30	30	100
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?		4	1	1		6	30	15	50
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?				6		6	30	24	80
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?		6				6	30	12	40
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?		1			5	6	30	27	90
	Total	0	11	1	8	16	36	180	137	76

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	2. Pagos a terceros									
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?			1	3	2	6	30	25	83
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?			1	5		6	30	23	77
	Total	0	0	2	8	2	12	60	48	80

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	3. Producto, bien o servicio									
9	¿La empresa presta un buen servicio?				6		6	30	24	80
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?				6		6	30	24	80
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?				3	3	6	30	27	90
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?				3	3	6	30	27	90
	Total	0	0	0	18	6	24	120	102	85

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	4. Liderazgo									
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?				2	4	6	30	28	93
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?				2	4	6	30	28	93
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?				2	4	6	30	28	93
	Total	0	0	0	6	12	18	90	84	93

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
5. Corrupción										
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?				6		6	30	24	80
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?			3	3		6	30	21	70
Total		0	0	3	9	0	12	60	45	75

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
6. Medio Ambiente										
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?	4	2				6	30	8	27
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?	2	4				6	30	10	33
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?	2	4				6	30	10	33
Total		8	10	0	0	0	18	90	28	31

Anexo 5

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA ENCUESTA APLICADA A LOS AUXILIARES DE LIMPIEZA

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	1. Trato al personal									
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?			17	19		36	180	127	71
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?	4	32				36	180	68	38
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?	7	29				36	180	65	36
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?			36			36	180	108	60
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?	1	34	1			36	180	72	40
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?	19	17				36	180	53	29
	Total	31	112	54	19	0	216	1080	493	46

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	2. Pagos a terceros									
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?			29	7		36	180	115	64
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?		12	23	1		36	180	97	54
	Total	0	12	52	8	0	72	360	212	59

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	3. Producto, bien o servicio									
9	¿La empresa presta un buen servicio?			34	2		36	180	110	61
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?			27	9		36	180	117	65
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?			21	15		36	180	123	68
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?			19	17		36	180	125	69
	Total	0	0	101	43	0	144	720	475	66

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	4. Liderazgo									
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?				14	22	36	180	130	72
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?				19	17	36	180	125	69
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?				17	19	36	180	127	71

Total	0	0	50	58	0	108	540	382	71
--------------	---	---	----	----	---	-----	-----	-----	----

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?			32	4		36	180	112	62
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?		19	17			36	180	89	49
	Total	0	19	49	4	0	72	360	201	56

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?	7	29				36	180	65	36
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?	10	26				36	180	62	34
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?	15	21				36	180	57	32
	Total	32	76	0	0	0	108	540	184	34

Anexo 6

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA ENCUESTA APLICADA A LOS PROVEEDORES

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal										
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?				5	2	7	35	30	86
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?			6	1		7	35	22	63
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?	1	6				7	35	13	37
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?			5	2		7	35	23	66
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?		1	6			7	35	20	57
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?		1	6			7	35	20	57
	Total	1	8	23	8	2	42	210	128	61

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %	
2. Pagos a terceros											
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?					5	2	7	35	30	86
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?					7		7	35	28	80
	Total	0	0	0	12	2	14	70	58	83	

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
3. Producto, bien o servicio										
9	¿La empresa presta un buen servicio?			1	6		7	35	27	77
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?			2	5		7	35	26	74
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?			4	3		7	35	24	69
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?			2	5		7	35	26	74
	Total	0	0	9	19	0	28	140	103	74

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
4. Liderazgo										
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?			1	5	1	7	35	28	80
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?				6	1	7	35	29	83
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?				5	2	7	35	30	86
	Total	0	0	1	16	4	21	105	87	83
ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO	VALOR PONDERADO

									DIO OBTENI DO	%
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?			4	3		7	35	24	69
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?		1	6			7	35	20	57
	Total	0	1	10	3	0	14	70	44	63

ITE M	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOT AL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDI O OBTENID O	VALOR PONDE RADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?		7				7	35	14	40
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?		7				7	35	14	40
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?		6	1			7	35	15	43
	Total	0	20	1	0	0	21	105	43	41

Anexo 7

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal										
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?				4	2	6	30	26	87
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?			2	4		6	30	22	73
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?			4	2		6	30	20	67
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?			1	5		6	30	23	77
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?			4	2		6	30	20	67
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?	1		3	2		6	30	19	63
Total		0	1	14	19	2	36	180	130	72

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
2. Pagos a terceros										
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?			3	3		6	30	21	70
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?		1	1	4		6	30	21	70
Total		0	1	4	7	0	12	60	42	70

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
3. Producto, bien o servicio										
9	¿La empresa presta un buen servicio?			2	4		6	30	22	73
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?		1	2	3		6	30	20	67
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?			2	4		6	30	22	73
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?			2	4		6	30	22	73
Total		0	1	8	15	0	24	120	86	72

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
4. Liderazgo										
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?		1	2	2	1	6	30	21	70
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?			3	2	1	6	30	22	73
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?		3	2	1		6	30	16	53
Total		0	4	7	5	2	18	90	59	66

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?			1	4	1	6	30	24	80
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?			1	4	1	6	30	24	80
	Total	0	0	2	8	2	12	60	48	80

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?			6			6	30	18	60
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?			5	1		6	30	19	63
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?			5		1	6	30	20	67
	Total	0	0	16	1	1	18	90	57	63

Anexo 8

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA CUADRO GENERAL DE RESULTADOS

	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	1. Trato al personal									
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?	0	0	18	31	11	60	300	233	78
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?	6	32	10	6	6	60	300	154	51
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?	8	40	7	5	0	60	300	129	43
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?	0	0	45	15	0	60	300	195	65
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?	1	42	15	2	0	60	300	138	46
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?	19	25	9	2	5	60	300	129	43
	Total	34	139	104	61	22	360	1800	978	54

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	2. Pagos a terceros									
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?	0	0	38	18	4	60	300	206	69
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?	0	13	30	17	0	60	300	184	61
	Total	0	13	68	35	4	120	600	390	65

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	3. Producto, bien o servicio									
9	¿La empresa presta un buen servicio?	0	0	39	21	0	60	300	201	67
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?	0	1	35	24	0	60	300	203	68
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?	0	0	31	26	3	60	300	212	71
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?	0	0	25	32	3	60	300	218	73
	Total	0	1	130	103	6	240	1200	834	70

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	4. Liderazgo									
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?	0	1	18	35	6	60	300	226	75
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?	0	0	24	30	6	60	300	222	74
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?	0	5	20	29	6	60	300	216	72
	Total	0	6	62	94	18	180	900	664	74

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?	0	0	39	20	1	60	300	202	67
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?	0	20	29	10	1	60	300	172	57
	Total	0	20	68	30	2	120	600	374	62

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?	11	39	9	1	0	60	300	120	40
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?	12	37	6	5	0	60	300	124	41
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?	17	31	7	4	1	60	300	121	40
	Total	40	107	22	10	1	180	900	365	41

Anexo 9

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA A LOS ACCIONISTAS

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	3					3	15	3	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	3					3	15	3	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	3					3	15	3	20
4	¿Los grupos de interés opinar y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	3					3	15	3	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	3					3	15	3	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	3					3	15	3	20
	TOTAL	18	0	0	0	0	18	90	18	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	2. Transparencia									
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.			2		1	3	15	4	27
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?			2		1	3	15	4	27
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?			2		1	3	15	7	47
	TOTAL	0	6	1	2	0	9	45	15	33

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	3. Comportamiento ético									
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?		1	2			3	15	8	53
11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?		1	2			3	15	8	53
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?		1	2			3	15	8	53

13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?	1	2					3	15	5	33
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	3						3	15	3	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	3						3	15	3	20
TOTAL		7	5	6	0	0		18	90	35	39

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés										
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?		3				3	15	6	40
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	2	1				3	15	4	27
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	3					3	15	3	20
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	3					3	15	3	20
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	3					3	15	3	20
TOTAL		11	4	0	0	0	15	75	19	25

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
5. Respeto al principio de legalidad										
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?	1	1	1			3	15	6	40
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?	1	2				3	15	5	33
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?	1	1	1			3	15	6	40
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?	1	2				3	15	5	33
TOTAL		4	6	2	0	0	12	60	22	37

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento										

25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?	1	2						3	15	5	33
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?	1	2						3	15	5	33
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?	1	2						3	15	5	33
TOTAL		3	6	0	0	0			9	45	15	33

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITEMS	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
7. Respeto a los DD.HH.										
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	1	2				3	15	5	33
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	1	2				3	15	5	33
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?	1	2				3	15	5	33
TOTAL		3	6	0	0	0	9	45	15	33

Anexo 10

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA AL PRESIDENTE Y GERENTE

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	2					2	10	2	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	2					2	10	2	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	2					2	10	2	20
4	¿Los grupos de interés opinar y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	2					2	10	2	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	2					2	10	2	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	2					2	10	2	20
	TOTAL	12	0	0	0	0	12	60	12	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	2. Transparencia									
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.	1	1				2	10	3	30
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?	1	1				2	10	3	30
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?	1	1				2	10	3	30
	TOTAL	3	3	0	0	0	6	30	9	30

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	3.Comportamiento ético									
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?	1			1		2	10	5	50
11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?	1			1		2	10	5	50
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?	1			1		2	10	5	50

13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?	1			1			2	10	5	50
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	2						2	10	2	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	2						2	10	2	20
TOTAL		8	0	0	4	0	0	12	60	24	40

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés										
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?	1		1			2	10	4	40
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	2					2	10	2	20
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	2					2	10	2	20
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	2					2	10	2	20
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	2					2	10	2	20
TOTAL		10	1	1	0	0	12	60	15	25

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
5. Respeto al principio de legalidad										
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?	1		1			2	10	4	40
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?	2					2	10	2	20
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?	1		1			2	10	4	40
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?	1		1			2	10	4	40
TOTAL		5	0	3	0	0	8	40	14	35

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento										
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?	1		1			2	10	4	40

26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?	1		1					2	10	4	40
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?	1	1						2	10	3	30
	TOTAL	3	1	2	0	0			6	30	11	37

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITEMS	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDRADO %
	7. Respeto a los DD.HH.									
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?		1	1			2	10	5	50
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?		1	1			2	10	5	50
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?		1	1			2	10	5	50
	TOTAL	0	3	3	0	0	6	30	15	50

Anexo 11

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	6					6	30	6	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	6					6	30	6	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	6					6	30	6	20
4	¿Los grupos de interés opinar y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	6					6	30	6	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	6					6	30	6	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	6					6	30	6	20
	TOTAL	36	0	0	0	0	36	180	36	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	2. Transparencia									
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.				4	2	6	30	26	87
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?				2	4	6	30	28	93
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?	1	5				6	30	11	37
	TOTAL	1	5	0	6	6	18	90	65	72

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	3. Comportamiento ético									
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?			1	3	2	6	30	25	83

11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?				1	5	6	30	29	97
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?				1	5	6	30	29	97
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?				1	5	6	30	29	97
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	6					6	30	6	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	6					6	30	6	20
TOTAL		12	0	1	6	17	36	180	124	69

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés										
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?	4	2				6	30	8	27
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	6					6	30	6	20
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	6					6	30	6	20
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	6					6	30	6	20
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	6					6	30	6	20
TOTAL		28	2	0	0	0	30	150	32	21

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
5. Respeto al principio de legalidad										
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?					6	6	30	24	80
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?					6	6	30	24	80
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?				1	5	6	30	23	77
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?					6	6	30	24	80
TOTAL		0	0	1	2	3	0	24	120	95

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
------	----------	---	---	---	---	---	-------------	--------------	-------------------------	-------------------

	6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento									
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?			1	5		6	30	23	77
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?			1	5		6	30	23	77
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?			2	4		6	30	22	73
	TOTAL	0	0	4	14	0	18	90	68	76

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITEMS	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	7. Respeto a los DD.HH.									
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	4	2				6	30	8	27
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	3	3				6	30	9	30
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?		1	3	2		6	30	19	63
	TOTAL	7	6	3	2	0	18	90	36	40

Anexo 12

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA A LOS AUXILIARES DE LIMPIEZA

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	36					36	180	36	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	36					36	180	36	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	36					36	180	36	20
4	¿Los grupos de interés opinan y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	36					36	180	36	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	36					36	180	36	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	36					36	180	36	20
	TOTAL	216	0	0	0	0	216	1080	216	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	2. Transparencia									
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.		1	1	2		36	180	131	73
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?		2	1	2		36	180	129	72
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?	2	1			1	36	180	51	28
	TOTAL	2	1	2	4	0	108	540	311	58

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	3. Comportamiento ético									
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?			6	29	1	36	180	139	77

11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?			4	31	1	36	180	141	78
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?			3	31	2	36	180	143	79
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?			2	33	1	36	180	143	79
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	36					36	180	36	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	36					36	180	36	20
TOTAL		72	0	15	#	5	216	1080	638	59

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés										
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?	8	28				36	180	64	36
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	30	6				36	180	42	23
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	30	6				36	180	42	23
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	31	5				36	180	41	23
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	31	5				36	180	41	23
TOTAL		130	50	0	0	0	180	900	230	26

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
5. Respeto al principio de legalidad										
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?			1	2		36	180	134	74
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?			1	2		36	180	133	74
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?			1	2		36	180	134	74
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?		1	2	3		36	180	130	72
TOTAL		0	1	6	4	3	144	720	531	74

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento									
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?	7	1	13	15		36	180	108	60
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?	4	4	12	16		36	180	112	62
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?	4	3	18	11		36	180	108	60
	TOTAL	15	8	43	42	0	108	540	328	61

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	7. Respeto a los DD.HH.									
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	36					36	180	36	20
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	35	1				36	180	37	21
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?	1	4	16	15		36	180	117	65
	TOTAL	72	5	16	15	0	108	540	190	35

Anexo 13

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA A LOS PROVEEDORES

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	7					7	35	7	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	7					7	35	7	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	7					7	35	7	20
4	¿Los grupos de interés opinar y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	7					7	35	7	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	7					7	35	7	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	7					7	35	7	20
	TOTAL	42	0	0	0	0	42	210	42	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %	
	2. Transparencia										
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.				2	2	3	7	35	29	83
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?				2	2	3	7	35	29	83
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?		2	3			2	7	35	16	46
	TOTAL	2	3	4	6	6	21	105	74	70	

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	3. Comportamiento ético									
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?				3	4	7	35	32	91

11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?				3	4	7	35	32	91
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?				1	6	7	35	34	97
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?					7	7	35	35	100
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	7					7	35	7	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	7					7	35	7	20
	TOTAL	14	0	0	7	21	42	210	147	70

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	4. Respeto a los intereses de los grupos de interés									
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?	3	4				7	35	11	31
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	7					7	35	7	20
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	5	2				7	35	9	26
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	4	3				7	35	10	29
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	4	3				7	35	10	29
	TOTAL	23	12	0	0	0	35	175	47	27

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	5. Respeto al principio de legalidad									
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?				6	1	7	35	22	63
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?				4	3	7	35	24	69
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?				4	3	7	35	24	69
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?				2	5	7	35	26	74
	TOTAL	0	0	6	1	1	28	140	96	69

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento									
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?			3	4		7	35	25	71
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?			3	4		7	35	25	71
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?		1	5	1		7	35	21	60
	TOTAL	0	1	1	9	0	21	105	71	68

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	7. Respeto a los DD.HH.									
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	5	2				7	35	9	26
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	5	2				7	35	9	26
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?	1		3	3		7	35	22	63
	TOTAL	11	4	3	3	0	21	105	40	38

Anexo 14

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	1. Rendición de cuentas									
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	5					5	25	5	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	5					5	25	5	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	5					5	25	5	20
4	¿Los grupos de interés opinan y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorias?	5					5	25	5	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	5					5	25	5	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	5					5	25	5	20
	TOTAL	30	0	0	0	0	30	150	30	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %	
	2. Transparencia										
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.		2	1	2			5	25	10	40
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?		3	1	1			5	25	8	32
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?		5					5	25	5	20
	TOTAL	1	0	2	3	0	0	15	75	23	31

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %	
	3. Comportamiento ético										
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?		2	3				5	25	8	32

11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?	2	3					5	25	8	32
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?	2	3					5	25	8	32
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?	4	1					5	25	6	24
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	5						5	25	5	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	5						5	25	5	20
TOTAL		20	10	0	0	0	0	30	150	40	27

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %	
4. Respeto a los intereses de los grupos de interés											
16	¿Los miembros de la empresa tienen conocimiento de quienes son los stakeholders?	5					5	25	5	20	
17	¿Los stakeholders tienen libre acceso al diálogo dentro de la empresa?	5					5	25	5	20	
18	¿La empresa al realizar sus actividades toma en cuenta el bienestar de los stakeholders?	5					5	25	5	20	
19	¿La empresa tiene memorias de las actividades realizadas con los grupos de interés?	5					5	25	5	20	
20	¿Los directivos están al tanto y a su vez evaluando los progresos obtenidos con los grupos de interés?	5					5	25	5	20	
TOTAL		25	0	0	0	0	25	125	25	20	

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %	
5. Respeto al principio de legalidad											
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?	2	3				5	25	8	32	
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?	4	1				5	25	6	24	
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?	3	2				5	25	7	28	
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?	3	2				5	25	7	28	
TOTAL		12	8	0	0	0	20	100	28	28	

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITEMS	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento									
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?	2	3				5	25	8	32
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?	2	3				5	25	8	32
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?	3	2				5	25	7	28
	TOTAL	7	8	0	0	0	15	75	23	31

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITEMS	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PÓNDERADO %
	7. Respeto a los DD.HH.									
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	3	2				5	25	7	28
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	3	2				5	25	7	28
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?	3	2				5	25	7	28
	TOTAL	9	6	0	0	0	15	75	21	28

Anexo 15

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO AL COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 2600

CUADRO GENERAL DE RESULTADOS

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
1. Rendición de cuentas										
1	¿La empresa informa habitualmente temas de sostenibilidad y asido evaluada por organismos internacionales como el GRI (Global Reporting Initiative)?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
2	¿Existe rendición de cuentas dentro de la empresa?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
3	¿Conoce usted cual es la finalidad de estos reportes?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
4	¿Los grupos de interés opinan y evalúan todo lo relacionado con los reportes o memorías?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
5	¿Son efectuadas las observaciones proporcionadas?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
6	¿Se da un correcto seguimiento y se evidencia los reportes?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
TOTAL		354	0	0	0	0	354	1770	354	20

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
2. Transparencia										
7	¿La empresa informa a sus grupos de interés sobre las actividades realizadas que están bajo su responsabilidad?.	3	5	15	31	5	59	295	207	70
8	¿Esta información es de fácil accesibilidad y comprensión para todos los grupos de interés?	4	6	14	28	7	59	295	205	69
9	¿Usted asido informado la forma en que la empresa expone su práctica y aplicación de actividades de responsabilidad social?	32	23	1	3	0	59	295	93	32
TOTAL		39	34	30	62	12	177	885	505	57

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
3. Comportamiento ético										
10	¿La empresa está enmarcada en los valores de equidad y honestidad?	3	4	9	36	7	59	295	217	74
11	¿La empresa tiene establecidos los valores y principios?	3	4	6	36	10	59	295	223	76
12	¿Usted tiene conocimiento de los valores y principios de la empresa?	3	4	5	34	13	59	295	227	77
13	¿Cómo la empresa transmite esta información y la pone en práctica?	6	3	2	35	13	59	295	223	76
14	¿Tiene usted conocimiento si la empresa tiene y pone en práctica el código de ética?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
15	¿Sabe usted si al elaborar el código de ética estuvieron presentes los accionistas, personal y/o clientes?	59	0	0	0	0	59	295	59	20
TOTAL		133	15	22	#	43	354	1770		57

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
5. Respeto al principio de legalidad										
21	¿La empresa está al día con los impuestos en los diferentes lugares que presta sus servicios?	4	4	19	31	1	59	295	198	67
22	¿La empresa tiene alguna técnica para estar al día con los cumplimientos legales?	7	3	16	32	1	59	295	194	66
23	¿Cuál es la metodología de la empresa para tener la información actualizada de las obligaciones legales?	5	3	18	32	1	59	295	198	67
24	¿La empresa lleva un registro mensual del cumplimiento de las leyes que van acorde a su actividad?	5	5	15	34	0	59	295	196	66
TOTAL		21	15	68	#	3	236	1180	786	67

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento										
25	¿La empresa tiene conocimiento de la ley local y a su vez sabe que no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales?	11	6	18	24	0	59	295	77	26
26	¿La empresa cumple con la normativa internacional de comportamiento?	8	9	17	25	0	59	295	77	26
27	¿La organización se resguarda de no caer en incumplimiento legales con respecto a la normativa internacional de comportamiento?	9	9	25	16	0	59	295	102	35
TOTAL		28	24	60	65	0	177	885	256	29

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL ITMES	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
7. Respeto a los DD.HH.										
28	¿Existe dentro de la empresa un espacio designado exclusivamente para DD.HH?	49	9	1	0	0	59	295	70	24
29	¿La empresa tiene un responsable de los DD.HH interna y externamente?	47	11	1	0	0	59	295	72	24
30	¿Tiene conocimiento que debe hacer si en algún momento sienta vulnerados sus DD.HH?	6	10	23	20	0	59	295	95	32
TOTAL		102	30	25	20	0	177	885	237	27

Anexo 16

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES RESPECTO A LA RSE BÁSICA DE LA EMPRESA ENCUESTA APLICADA A LOS ACCIONISTAS

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
1. Trato al personal										
1	¿Cómo es el trato que recibe de la empresa?			1	1	1	3	15	12	80
2	¿Cuál es su conocimiento con respecto a la Visión, Misión, Valores de la empresa?			2	1		3	15	10	67
3	¿Cuál es su conocimiento sobre políticas de la empresa con relación a la Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Seguridad Ocupacional?		1	2			3	15	8	53
4	¿Cuál es su percepción respecto de si el personal sale a otras empresas o se queda en la que está laborando?			2	1		3	15	10	67
5	¿Conoce si la empresa en la que labora cumple con sus obligaciones patronales y fiscales?		1	2			3	15	8	53
6	¿Sabe usted que son las utilidades y de dónde se obtienen?		3				3	15	6	40
	Total	0	5	9	3	1	18	90	54	60

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
2. Pagos a terceros										
7	¿Conoce usted si son imparciales los pagos a los distribuidores?			3			3	15	9	60
8	¿La empresa paga a tiempo a los proveedores?			3			3	15	9	60
	Total	0	0	6	0	0	6	30	18	60

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
3. Producto, bien o servicio										
9	¿La empresa presta un buen servicio?					3	3	15	12	80
10	¿Usted cree que lo que la empresa ofrece es confiable?			2	1		3	15	10	67
11	¿Sabe que ruta tomar para realizar un reclamo?			2	1		3	15	10	67
12	¿Cree usted que el valor recaudado es adecuado por el servicio prestado?			1	2		3	15	11	73
	Total	0	0	5	7	0	12	60	43	72

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
4. Liderazgo										
13	¿En la empresa existe un liderazgo participativo con los grupos de interés?			1	2		3	15	11	73
14	¿La comunicación con el gerente es de fácil acceso?			2	1		3	15	10	67
15	¿Existe facilidad para entablar un diálogo con los directivos de la empresa?		1	1	1		3	15	9	60

	Total	0	1	4	4	0	9	45	30	67
--	--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	5. Corrupción									
16	¿La empresa tiene su posición formal en temas de corrupción?			1	2		3	15	11	73
17	¿Tiene usted conocimiento que ruta tomar cuando considere un acto ilegítimo por parte de la empresa?			1	2		3	15	11	73
	Total	0	0	2	4	0	6	30	22	73

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR MÁXIMO	VALOR PROMEDIO OBTENIDO	VALOR PONDERADO %
	6. Medio Ambiente									
18	¿Tiene usted conocimiento si la empresa cumple con las 3R reciclaje, reducción y reutilización?		1	1	1		3	15	9	60
19	¿La empresa prepara a su recurso humano en temas y actividades ambientales?				3		3	15	12	80
20	¿En la empresa optimizan los gastos innecesarios de los recursos básicos?				3		3	15	12	80
	Total	0	1	1	7	0	9	45	33	73



reyursa S.A.

servicios integrales de limpieza y mantenimiento

Anexo 18

SERVICIO DE LA EMPRESA REYURSA S.A

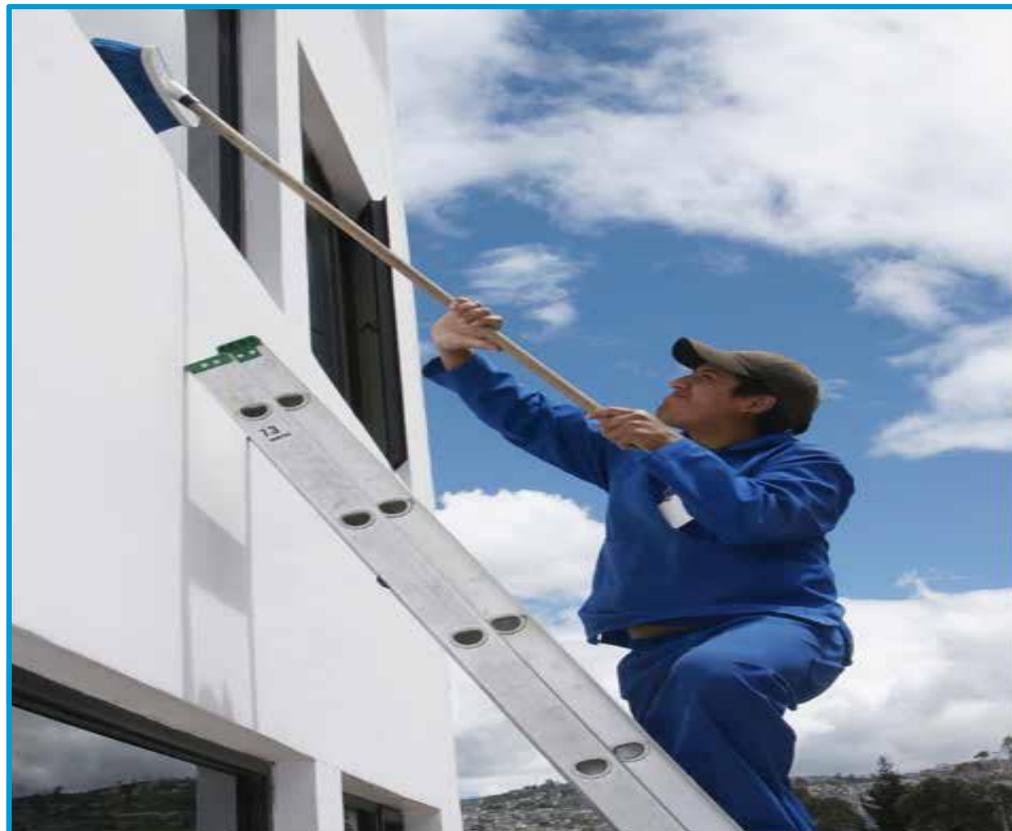
El servicio se efectuará cumpliendo las siguientes rutinas: Diario, Semanal, Quincenal.



Anexo 19



Anexo 20



Anexo 21



Anexo 22



Anexo 23



Business card for Mayra Alejandra Flores, employee of Reyursa S.A. The card features the company logo at the top, a portrait of Mayra Alejandra Flores in the center, and the text "servicios integrales de limpieza y mantenimiento" at the bottom. The company code "COD: 015766" is printed in the bottom right corner.

reyursa S.A.

Mayra Alejandra
Nicaragua Flores

servicios integrales de
limpieza y mantenimiento

COD: 015766



Business card for Reyursa S.A. showing contact information. The card features the company logo at the top, the text "servicios integrales de limpieza y mantenimiento", and contact details for Machala, Quito, phone numbers, and email address.

reyursa S.A.
servicios integrales de limpieza y mantenimiento

Machala: Cdla. Patria Nueva, 17^{ava} Oeste #505 y 9^{na} Sur
Quito: Cotocollao
telf.: (593 7) 2967 694 • *cel.:* 099 7388 748
e-mail: reyursa1@gmail.com