



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de Ahorro y
Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza**

TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

AUTOR: García Ruano, Kathiuska Gabriela

DIRECTOR: Santamaría Freire, Edwin Javier

CENTRO UNIVERSITARIO PUYO

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Ingeniero.

Edwin Javier Santamaría Freire.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN DE LA MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: **“Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de ahorro y crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza”** realizado por: García Ruano Kathiuska Gabriela, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 18 de septiembre del 2014

f). 

Edwin Javier Santamaría Freire, Ing. MBA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, García Ruano Kathiuska Gabriela declaro ser autora del presente trabajo de fin de maestría: Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, de la Titulación Magíster en Gestión Empresarial, siendo Edwin Javier Santamaría Freire, 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, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 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 que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....


Autora: García Ruano Kathiuska Gabriela

160054293-8

DEDICATORIA

Mi trabajo, esfuerzo y sacrificio se los dedico a Dios y a mi familia.

A ti madre te dedico este mi sacrificio y todos los que vendrán, porque de igual manera lo has hecho conmigo, entregando cada minuto de tu tiempo en bienestar de mi presente y futuro, por confiar en mí y no dejarme decaer, por construir un hogar lleno de amor, respeto y confianza.

A mi padre, un gran hombre dedicado al bienestar de su familia, porque siempre te dedicaré no solo este trabajo sino la vida misma, ya que has sido y serás mi amigo, mi consejero y mi ejemplo de lealtad, respeto y responsabilidad.

A mis hermanos quienes compartieron toda una vida a mi lado, por su constante apoyo incondicional y seguir preocupándose por mi bienestar.

A ustedes mi amor, respeto y admiración profunda.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios y a mis padres, por enseñarme a nunca rendirme ante las adversidades, por ser mi fortaleza y creer en mí.

Gracias por darme una familia en donde puedo encontrar todo el amor y la confianza para crecer, y desarrollar mis más grandes sueños, en donde algún día todos seremos parte de ello.

Gracias al Dr. Edwin Santamaría, por su preocupación y tiempo brindado a favor de mi bienestar profesional.

Gracias a ustedes puedo aspirar a un futuro mejor.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I	
1. EL PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	6
1.4. Justificación.....	7
1.5. Limitaciones.....	8
CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.2. Fundamentación teórica.....	12
2.3. Fundamentación legal.....	22
3.4. Definición de términos básicos.....	26
2.5. Operacionalización de variables.....	30
2.6. Variables de la investigación.....	32
CAPÍTULO III	
3. METODOLOGÍA	
3.1. Diseño de la investigación.....	34
3.2. Población y muestra A – B.....	35
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.4. Técnicas de procesamientos y análisis de datos.....	39

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados muestra A.....	41
4.2. Discusión de resultados muestra A.....	52
4.3. Presentación de resultados muestra B.....	54
4.4. Discusión de resultados muestra B.....	62

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Fase 1: Preparación.....	65
5.2. Fase 2: Diagnóstico.....	67
5.3. Fase 3: Planificación estratégica y operativa.....	71
5.4. Fase 4: Implementación.....	74
5.5. Fase 5: Seguimiento y Control.....	81

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones.....	85
6.2. Recomendaciones.....	86

Lista de Tablas

Tabla	Contenido	Página
1	Operacionalización de variables	30
2	Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Interna)	41
2.1	Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Externa)	43
3	Razones para iniciar prácticas de Responsabilidad Social.....	44
4	Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Interna)	45
4.1	Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Externa).	46
5	Beneficios que espera su empresa al realizar acciones socialmente Responsables	48
6	Nivel jerárquico que decide la inversión social.	49
7	Responsable en la ejecución de actividades de Responsabilidad Social Corporativa	50
8	Presupuesto en el que se considerada la asignación de recursos para la inversión social de su empresa	51
9	Condiciones en las que se encuentra la escuela Luis Antonio Aguilar.	54
10	Condiciones en las que se encuentra el uso de la tecnología en la escuela Luis Antonio Aguilar.	55
11	Recursos que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, por parte del gobierno y sus organismos seccionales.....	56
12	Prioridad de los servicios para la escuela Luis Antonio Aguilar actualmente	57
13	Tiempo que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, ayuda por parte del gobierno y sus organismos seccionales	58
14	Aportes por partes de empresas privadas.....	59
15	Aceptación de ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la escuela Luis Antonio Aguilar	60
16	Tipos de aportes que desearían recibir por parte de empresas privadas	61
17	Dimensiones de Responsabilidad Social, enfocados a la filosofía de la Cooperativa.	66
18	Análisis FODA de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza.....	68

19	Metodología para la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Corporativa	71
20	Participantes y funciones del Plan de Responsabilidad Social Corporativo	72
21	Cronograma de planificación del Plan de Responsabilidad Social	73
22	Herramientas de seguimiento y control del Plan de Responsabilidad Social	74
23	Activación de la metodología del Plan de Responsabilidad Social	79
24	Activación y de las funciones directas de cada participante en el plan de responsabilidad social.....	80
25	Cronograma de implementación del plan de Responsabilidad Social	81
26	Indicadores de seguimiento y control para el plan de responsabilidad social corporativo	82

Lista de Figuras

Figura	Contenido	Página
1	Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Interna)	42
1.1	Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Externa)	43
2	Razones para iniciar Prácticas de Responsabilidad Social	44
3	Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Interna)	45
3.1	Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Externa)	47
4	Beneficios que espera su empresa al realizar acciones socialmente responsables ..	48
5	Nivel jerárquico que decide la inversión social	49
6	Responsable en la ejecución de actividades de Responsabilidad Social Corporativa	50
7	Presupuesto en el que se considerada la asignación de recursos para la inversión social de su empresa	51
8	Condiciones en las que se encuentra la escuela Luis Antonio Aguilar	54
9	Condiciones en las que se encuentra el uso de la tecnología en la escuela Luis Antonio Aguilar	55
10	Recursos que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, por parte del gobierno y sus organismos seccionales.....	56
11	Prioridad de los servicios para la escuela Luis Antonio Aguilar actualmente	57
12	Tiempo que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, ayuda por parte del gobierno y sus organismos seccionales	58
13	Aportes de empresas privadas.....	59
14	Aceptación de ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la escuela Luis Antonio Aguilar	60
15	Tipos de aportes que desearían recibir por parte de empresas privadas	61
16	Grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza.....	70

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, tiene como objeto el desarrollo de un Plan de Responsabilidad Empresarial Corporativo, realizado para la cooperativa de ahorro y crédito Pequeña Empresa de Pastaza. A través de este plan se pretende contribuir socialmente a los sectores más vulnerables de la provincia, dotando de computadores a las escuelas de las comunidades indígenas carentes de implementos tecnológicos, para dinamizar el desarrollo de su aprendizaje. De esta manera no solo se impulsan nuevas iniciativas sociales en el ámbito educativo, sino que se reconoce y responde a las crecientes demandas sociales en beneficio de los derechos humanos, de la integración y el respeto a la realidad social del entorno; sustentando la toma de decisiones, y ampliando la visión corporativa de lo estrictamente económico, a la preocupación por el impacto de estas en su entorno natural.

Este proceso lleva a que se incorpore una serie de reglas en forma voluntaria, bajo las cuales se crea un compromiso con la comunidad, traduciéndose estas en un nuevo paradigma el que introducido a la gestión empresarial, se presenta como una fuente de ventaja competitiva.

PALABRAS CLAVES: Plan, responsabilidad, social, corporativo, cooperativa, educación, tecnológicos, desarrollo, competitiva, gestión empresarial, calidad.

ABSTRACT

This research work aims to develop a Business Plan Corporate Responsibility, conducted for Credit union Small Business Pastaza. Through this plan is to help socially vulnerable sectors of the province, providing computers to schools in underserved communities indigenous technological implements, to boost the development of their learning. This not only new social initiatives in education are promoted, but recognizes and responds to the growing social demands in favor of human rights, integration and respect for the social reality of the environment; decision sustaining and expanding the corporate vision of strictly economic, to concerns about the impact of these in their natural environment. This process leads to a set of rules to be incorporated on a voluntary basis under which a commitment to the community is created, translating these into a new paradigm which introduced business management, is presented as a source of competitive advantage

KEYWORDS: Plan, responsibility, social, corporate, union, education, technology, development, competitive, business management, and quality.

INTRODUCCIÓN

El propósito del presente trabajo de posgrado, es elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativo para la Cooperativa Pequeña Empresa de Pastaza, cuyo objetivo es el de incorporar un plan basado en liderazgo, cultura, tecnología, e innovación, mediante propuestas orientadas al bienestar educativo de los sectores más vulnerables de la provincia de Pastaza, empezando por la comunidad San Jacinto del Pindo, en la escuela Luis Antonio Aguilar, ubicada en el cantón y provincia de Pastaza. Para esto se realizó un diseño de investigación definido en función de sus objetivos, se tomó en cuenta dos tipos de investigación, explorativa y descriptiva; se utilizaron técnicas de recolección de datos tales como encuestas, entrevistas y observación directa; y de igual manera para la representación de resultados se utilizó los métodos cualitativos y cuantitativos.

Una vez obtenidos los resultados de las investigaciones, se concluyó que se cumple con los objetivos planteados.

A continuación se presentan los capítulos a desarrollar:

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.- Se analiza la carencia de recursos tecnológicos de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.- Se describe las variables a investigar, así como el sustento teórico necesario para contextualizar el Plan de Responsabilidad Social Corporativo.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.- Se establece el diseño de investigación, se selecciona la población y muestra, utilizando técnicas de recolección de datos que permitan guiar la consecución del Plan de Responsabilidad Social Corporativo.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.- Se interpretan los resultados obtenidos, exponiéndolos a manera de tablas y gráficos, resultantes de la aplicación de instrumentos como la encuesta y la entrevista.

CAPÍTULO V: LA PROPUESTA.- Se describe las fases que se realizarán en la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Corporativa, haciendo uso del modelo de gestión.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.- Se establecen las respectivas conclusiones, como resultados de los análisis efectuados durante el trabajo de investigación, en función de los objetivos del plan propuesto, así como las recomendaciones o sugerencias dirigidas a acciones específicas para mejorar futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. 1. Planteamiento del problema.

El Ecuador mantiene una dinámica capitalista, donde hay grandes antagonismos en la distribución de la riqueza del país, mismos que han sido agudizados y definidos por el desarrollo regional y sectorial desigual. Históricamente ciudades como Quito, Guayaquil y en menor cantidad Cuenca, han sido ciudades del eje del desarrollo, por la conformación de un sistema altamente centralizado, y ante ello son los centros de acumulación y concentración de riqueza.

La provincia de Pastaza aun siendo la más grande del Ecuador, es una de las menos favorecidas económicamente, lo que ha ocasionado que los recursos que percibe por parte del estado y de otras gestiones públicas, sean priorizadas en la ciudad de Puyo, mientras que las comunidades indígenas no han sido favorecidas en el campo de la educación e implementación tecnológica, por cuanto la sociedad aún mantiene criterios regionalistas y racistas.

En la actualidad, la incorporación de nuevas tecnologías pasó de ser una tendencia marginal, a convertirse en elemento constitutivo del currículo de las escuelas públicas y privadas. Sin embargo en los últimos 20 años en la provincia de Pastaza no se han realizado gestiones o actividades acordes para introducir la tecnología en la educación del sector rural, a tal punto que se puede afirmar que hoy día son muy pocos los establecimientos de éste sector, que cuentan con equipos de cómputo al servicio de la práctica estudiantil –docente, siendo éstos equipos obsoletos y de bajo abastecimiento académico.

Erróneamente han caracterizado a las escuelas rurales como escuelitas o escuelas de rancho que no requieren de avances tecnológicos porque no los necesitan ni los saben utilizar, argumentando que los niños de esos contextos no saldrán nunca de él. Para cumplir con los criterios de equidad y cobertura especificadas en los objetivos para la transformación educativa, algunas escuelas rurales cuentan por lo menos con un equipo de cómputo, pero el escaso o nulo equipamiento y empleo del mismo, representa una problemática que afecta principalmente en el proceso académico de los alumnos que demandan aprendizajes innovadores, creativos y de actualidad.

Uno de los sectores de mayor vulnerabilidad en la provincia son las comunidades indígenas, y para el caso de estudio la comunidad San Jacinto de Pindo y su escuela Luis Antonio Aguilar, quienes carecen de un sistema de aprendizaje óptimo, ya que no cuentan con tecnología que permita hacer uso de estos recursos necesarios para desarrollar su capacidad, dependiendo así de los gobiernos seccionales y de su mal manejo de los recursos económicos designados para infraestructura y desarrollo académico a nivel provincial, haciendo prevalecer las necesidades del sector urbano y dejando sus demandas a merced de fundaciones, organizaciones no gubernamentales (ONG), entre otras instituciones privadas, que realizan donaciones esporádicas especialmente en medicina y alimentación, desfavoreciendo al área de la educación, una de las de mayor interés para este sector, quienes no tienen la posibilidad de educarse en un ambiente adecuado y con profesionales capacitados, no reciben la atención ni la motivación necesaria para proyectarse a un mejor futuro propio y el de su comunidad.

Esto implica un problema grande en educación rural, pues en las escuelas no están formando futuros jóvenes que puedan enfrentarse a los retos que trae el mercado laboral, y sus exigencias de conocimientos informáticos y tecnología.

1.2. Formulación del problema.

¿Un Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, permitirá mitigar el desabastecimiento de equipos tecnológicos, en la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo en la provincia de Pastaza?

3.1. Objetivos de la investigación.

3.1.1 General.

Diseñar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de ahorro y crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, para mitigar el desabastecimiento de equipos tecnológicos, en la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo, pertenecientes a las comunidades indígenas de la provincia, dotando de equipos tecnológicos para mejorar su calidad educativa fortaleciendo su desarrollo social.

3.1.2 Específicos.

- Analizar las acciones que permitan realizar una valoración objetiva, del grado de Responsabilidad Social Corporativa que tiene la cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, frente a la comunidad San Jacinto del Pindo y sus necesidades académicas.
- Analizar el nivel de aceptación de la comunidad San Jacinto del Pindo, con respecto a la participación de empresas privadas y su apoyo en la educación del sector.
- Establecer acciones encaminadas de Responsabilidad Social Corporativa en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, para establecer actividades que afiancen el entorno en el que se desenvuelve.
- Elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa para mantener y priorizar actividades encaminadas al desarrollo académico de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo

1.4. Justificación.

En la actualidad las empresas deben tomar en cuenta de qué forma sus actividades, afectan o benefician la calidad de vida de sus empleados y de la comunidad en su conjunto, es decir no es únicamente en aspectos de acciones relacionadas a su gestión. Esto implica una nueva visión de hacer negocios, negocios socialmente responsables, donde se reconozcan los intereses de los diferentes actores que se relacionan a la empresa o corporación, es decir una nueva conciencia empresarial de mejora continua orientada al impacto positivo en la comunidad, donde los principios de democracia, igualdad, autogestión y solidaridad; constituyen la base de su funcionamiento, contribuyendo con la cohesión social y el desarrollo sostenible.

El éxito económico de un país depende en gran parte del nivel de educación que los niños y jóvenes alcancen, y mucho más de sus capacidades para manejar y crear tecnología. Como ejemplo tenemos a Japón, que es un país que tiene escasos recursos naturales, poca superficie terrestre y aun así es una de las primeras economías del mundo debido a su gran avance en tecnología.

Es de vital importancia comprender que los trabajadores de la actualidad deben prepararse para manejar máquinas y herramientas de alta tecnología, sin hacer uso de diferencias raciales, nivel social, o ubicación sectorial; de modo que es desde las escuelas urbanas y rurales donde equitativamente se debe ofrecer una educación adecuada, acorde con lo que depara el futuro, con el fin de ampliar las oportunidades de los niños y jóvenes quienes serán parte de la vida productiva del país. En definitiva, son las necesidades del mercado laboral las que exigen una enseñanza tecnológica, para que ocupen un lugar en la industria o en la economía del país.

Es así como surge la iniciativa de elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativo, para la Cooperativa de Ahorro y crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, entidad financiera orientada al sector micro empresarial y al sector informal, líder en el sistema financiero de la provincia; quien pretende dotar de equipos de cómputo a las escuelas de los sectores de mayor vulnerabilidad sectorial, en este caso a la escuela Luis Antonio Aguilar ubicada en la comunidad San Jacinto del Pindo en el cantón y provincia de Pastaza. Priorizando así un cambio social como una actividad estratégica adicional a la competencia o a la forma de hacer negocios, es decir, desempeñar un rol importante no solo como proveedor de empleo y riqueza, sino como agente de desarrollo de aquellos sectores de mayor vulnerabilidad económico-social, cubriendo

específicamente las necesidades educativas del sector rural, para que en un futuro sean las nuevas generaciones quienes puedan cubrir sus propias necesidades, mejorando su calidad de vida y la de su comunidad.

De esta manera se exige un cambio de gestión social para la cooperativa, implementando nuevas políticas, programas y prácticas sociales, coordinadas e integradas a su actividad financiera, manteniendo coherencia con sus principios básicos de gestión. Ofreciendo posibilidades reales de desarrollar su potencial, a través de innovaciones que permitan ejercer un papel proactivo con los sectores más vulnerables de la provincia de Pastaza.

Una actividad de esta índole daría paso al desarrollo y fortalecimiento educativo del sector indígena de la provincia de Pastaza, quien a través de los años no han podido surgir adecuadamente por las diferentes demandas económicas que implica acceder a una educación digna, con equipos tecnológicos para el uso de las escuelas de mayor vulnerabilidad del sector rural, formando parte de un tratamiento integral de todos los niveles educativos.

1.5. Limitaciones.

La presente investigación no presentó mayores limitaciones que las que se puedan dar durante la recolección de los datos, puesto que depende de la disponibilidad de tiempo y disposición que tengan los miembros de la comunidad San Jacinto del Pindo, así como los miembros de la escuela Luis Antonio Aguilar, para participar en el proceso de recolección de datos que se contempla más adelante. De igual manera para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, ya que para realizar dicha investigación se requirió establecer documentación legal, para el acceso a la información destinada a sustentar el tema (Ver Anexo1).

En el proceso de investigación las limitaciones fueron el costo que implica viajar dentro de la comunidad San Jacinto del Pindo, la escasa documentación sobre la última implementación de materiales didácticos, y el tiempo para la elaboración del trabajo de campo.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio socioeconómica de la entidad.

De este nuevo enfoque nace la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia el conjunto de la sociedad, responsabilidad social entendida como una responsabilidad integral, esto es, económica y social, según la cual, la empresa, en el ejercicio de su función, hade tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno adoptando una actitud positiva hacia la consideración de los valores y expectativas del mismo. Lo que en un primer momento pudo aparecer como un movimiento intelectual e ideológico (Friedman, 1967, p. 183; Schwartz, 1981, p. 203; Cuervo, 1983; Castillo Clavero, 2005), logra posteriormente alcanzar un alto grado de elaboración científica, de modo que cristaliza en un cuerpo teórico suficientemente amplio y consolidado.

“En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad “(Díez de Castro, 1982, p. 38-39).

“Se trata del mismo planteamiento en que se basa el propio Estado, que utiliza a la empresa como vehículo para intervenir en el medio social, a través de la política económica y social. El intervencionismo del Estado en la economía puede ser entendido como una toma de conciencia

por parte del sistema político acerca de la dimensión social del hecho económico, lo que por otra parte conlleva una fuerte carga política, pues la intervención del Estado se orienta hacia la protección de unos intereses y valores abstractos, justicia, salud, seguridad, por ejemplo” (Bueno, Cruz y Durán, 1989, p. 54-55)

La estrechez de este planteamiento se evidencia a través de diversas consideraciones críticas a la visión tradicional de la función de la empresa, que pueden sintetizarse en (Castillo Clavero, 2005):

- a)** “Su concepción restrictiva de la empresa, que no se corresponde con su naturaleza real, ya que los efectos de la actividad empresarial trascienden lo meramente económico” (Sudreau, 1975, p. 171);
- b)** Su atribución exclusiva de las funciones sociales al Estado, sin considerar que otros agentes sociales puedan ser partícipes en la política social.
- c)** “Su errónea visión de la evolución del medio hacia una creciente conciencia social” (Martín López, 1981, p. 145), donde se considera que los problemas sociales son de todos y todos deben participar en su resolución.

Las citadas consideraciones conducen hacia una nueva definición de las funciones de la empresa en el marco socioeconómico. La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes; pero para ello tiene que producirse necesariamente una mayor y más estrecha colaboración entre las instituciones públicas y la empresa en la resolución de muchos de los problemas de la sociedad.

La Responsabilidad Social corporativa, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en 50's y 60's y se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso se devolverá a la sociedad en dichos beneficios.

El hablar de Responsabilidad Social Corporativa, es hablar de un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado, como eje estratégico que con lleva competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo ni la actividad comercial a la que se dedique, y en la actualidad es una

necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

2.2. Fundamentación teórica.

2.2.1 Importancia de la Responsabilidad Social Corporativa.

De acuerdo con lo anterior, es fácil concluir la enorme importancia de la Responsabilidad Social Corporativa al enfrentar los efectos negativos de la globalización, poniendo freno a las crisis financieras globales y sus terribles consecuencias; al proponer un modelo de capitalismo social que propugna, ante todo, por reducir la brecha entre ricos y pobres tanto en cada país como a nivel internacional; y al contribuir, de manera significativa, al fortalecimiento de la democracia y al desarrollo sostenible que intenta evitar la extinción de la vida en el planeta. La Responsabilidad Social Corporativas, en síntesis, solución de fondo a la crisis mundial descrita en las secciones anteriores. (Rodríguez, J.M. 2007)

De igual manera, la Responsabilidad Social Corporativa trae grandes beneficios en la triple dimensión de la sostenibilidad, incluso para la propia empresa. Así, genera beneficios económicos, reflejados por ejemplo en el mejor clima laboral, la motivación de los empleados y su mayor productividad, el posicionamiento de la marca y el aumento de su reputación, la preferencia de los consumidores por sus bienes y servicios.

2.2.2 Evolución histórica de la Responsabilidad Social Corporativa

Las relaciones empresa-sociedad han ocupado un lugar central en la teoría y justificación de la empresa desde los comienzos del capitalismo. Y ello, tanto en el debate público como en la reflexión teórica y académica. El carácter social de las organizaciones productivas es reconocido por las teorías económicas más antiguas. (Correa 2004)

La teoría del mercado de competencia perfecta formulada por Adam Smith en el siglo XVIII indicaba que el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda individual de la ganancia era la solución más eficiente para la asignación de recursos, y no sólo no disolvía la cohesión

social, sino que era el medio más apropiado para disminuir la pobreza. Sobre esta teoría se asentó el enfoque del objetivo de la empresa como la maximización del valor para el accionista, apoyándose en la base de que el beneficio colectivo se alcanzaría mediante la maximización del beneficio individual. Y esta maximización se produciría sin intervenciones de tipo institucional. Ahora bien, la lectura en mayor profundidad de la obra de Smith, muestra que este autor defendió el respeto a los buenos usos y reglas de la época, como condición necesaria para el buen funcionamiento de la economía.

Sin embargo, las situaciones manifiestas de desigualdad entre países y de agotamiento de algunos recursos naturales, así como los escándalos financieros recientes, ponen en duda “la solvencia del postulado teórico clásico, replanteando nuevamente las competencias y responsabilidad de las empresas en el plano social, implicando a éstas en un papel que va más allá de la mera cuestión técnica y económica. Se habla de la responsabilidad social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel las facetas económica, social y medio ambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable.” (Rodríguez, J.M. 2007)

Así, en la literatura sobre el fundamento de la empresa, han ido evolucionando las posiciones desde la escuela de pensamiento de (Vives, A. 2011) que mantenía como objetivo único de la empresa su rentabilidad económica, hasta el triple enfoque económico, social, y medioambiental de la actualidad. (De la Cuesta M, 2004; Castillo 2005)

El avance del enfoque RSC fue abriéndose camino poco a poco, partiendo de los años cincuenta del pasado siglo. Ya en la temprana fecha de 1953, utilizaban el término de Responsabilidad Social, si bien en vez de unirlo a la empresa como tal (Responsabilidad Social Corporativa) lo relacionaba con el hombre de negocios. La Responsabilidad Social requería políticas para la toma de decisiones y líneas de acción que fuesen compatibles con los objetivos y valores de la sociedad. (Martínez H, H. 2005).

Para otros autores, la Responsabilidad Social se considera como una restricción al comportamiento individual y de las empresas, que no permite actividades destructivas aunque sean rentables, puesto que hay un objetivo superior que es el del bienestar de la sociedad. (Bosy, F., Miraglia. A. y Fernández, K., 2005).

Las organizaciones empresariales pronto asumieron el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, como fue el caso del conservador Comité para el Desarrollo Económico de Estados Unidos, que emitió el informe “Responsabilidad Social de las Corporaciones de Negocios”. Este hecho supuso un importante impulso a la aceptación del concepto de la RSC en la comunidad empresarial y promovió el movimiento social.

La idea del futuro y de las generaciones siguientes está presente en el enfoque de RSC. Las acciones de la empresa son responsables socialmente cuando al ser juzgadas por la sociedad del futuro se consideran que han sido de máxima ayuda porque han proveído a la sociedad de los bienes y servicios que deseaba y en las cantidades requeridas, con el mínimo coste financiero y social, y éste ha sido distribuido equitativamente. De la Cuesta, M. (2004) En esta definición la idea del futuro y por tanto de la sostenibilidad, se completa con varias de las ideas que subyacen en las teorías sobre la RSC y que se repiten en diversos autores.

En resumen, el fundamento teórico de la RSC es:

- Se ha producido un cambio en el paradigma de funcionamiento de la empresa, ya que de un fin exclusivamente dirigido a los resultados económicos, se ha pasado a un triple objetivo (“triple bottom line”), incluyendo, además de lo económico, lo social y lo medioambiental.
- Los grupos de interés de la empresa están requiriendo un mayor reconocimiento de sus intereses y representación.
- Como consecuencia de los dos puntos anteriores, la estrategia y actividad de la empresa tienen que adaptarse a los cambios producidos. Los comportamientos o actividades de la empresa deben cumplir los requisitos de sostenibilidad y de interrelación con los grupos de interés. Sobre la base de lo anterior, las empresas aumentan su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. A medida que se enfrentan con los retos de un entorno en continua transformación, impulsado por la globalización y las presiones del mercado interior, contrastan la efectividad del nuevo enfoque. La responsabilidad social se integra como inversión estratégica en el núcleo de la estrategia empresarial, en sus instrumentos de

gestión y en sus actividades, y trata de minimizar los riesgos relacionados con la incertidumbre.

2.2.3 Valores de la responsabilidad social corporativa:

Compromiso, Eficiencia, Excelencia, Respeto por el medioambiente, Innovación, Ética, Responsabilidad, Trabajo en equipo, Cuidado de las personas, Vocación de servicio.

2.2.4 Beneficios de la responsabilidad social corporativa

Los beneficios de la RSC se relacionan con todo el entorno en cuanto a la sociedad, la economía, los empleados, los clientes y el medio ambiente.

Sociedad: Aquí la Responsabilidad Social Corporativa tiene un papel muy importante en las organizaciones y es identificar y aportar soluciones a problemas de interés público, a través de estrategias e iniciativas ciudadanas inspiradas en valores como la transparencia y la sostenibilidad en un marco de ética.

Economía: Lo que hasta este momento era una estrategia voluntaria, con la Ley de Economía Sostenible, la RSC pasa a ser obligatoria o se incentiva su implantación.

Empleados: La participación de los trabajadores como presupuesto y garantía de la empresa socialmente responsable, el componente ético de la actividad empresarial: una apuesta por el diálogo, estas son perspectivas de articular la participación de los trabajadores en la empresa.

Medioambiental: En conexión con el desarrollo Sostenible y que afecta a la obligación que tienen con el cuidado del medio ambiente y el entorno natural.

Cliente: Las empresas que optan por la RSC trabajan en la mejora continua del servicio al cliente, siguiendo el Plan Estratégico de Responsabilidad Social, que establece el compromiso de mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción.

2.2.5 FODA de Responsabilidad Social Corporativa

Fortalezas:

- Incentivar más a las empresas a cuidar el medio ambiente y fortalecer el vínculo con los empleados y clientes.
- Nos permite la participación de emprendimiento en todas las áreas de la empresa.
- Permite fijar objetivos de gestión más altos, al servicio del cumplimiento en cuanto a todas las normas implantadas en la empresa.

Debilidades:

- Falta de planeación
- Falta de control interno.
- No contar con los implementos necesarios muchas empresas no adoptan esta norma.

Oportunidades:

- Darnos a conocer ante nuevas empresas.
- Posibilidad de expandirnos en el entorno.
- Empresas dispuestas a aplicar esta norma.

Amenazas:

- Ingreso de nuevos competidores en el mercado.

2.2.6 Los principios fundamentales de la Ética Empresarial.

Raimundo Monge Z [s.a.]. La Ética Empresarial ha de contener al menos tres principios fundamentales, a saber, los principios de bondad intrínseca, de imparcialidad y de proporcionalidad. El principio de bondad intrínseca afirma que el fin primordial de la acción humana es la búsqueda del bien, tanto a nivel personal como comunal. A modo de ejemplo y a

nivel empresarial, un acto humano es bueno solamente si satisface necesidades reales de las personas. Puterman S., P., (2005) anota que las necesidades reales tienen relación directa con la dignidad de la persona. La satisfacción de este tipo de necesidad conlleva en el menor de los casos, a que las personas mantengan su dignidad; y en el mayor de los casos, a que las personas crezcan como tales, esto es, que tiendan hacia la plenitud humana. De manera análoga, Perdiguero, T. y García Reche, A., (2005) agrega que las necesidades superficiales carecen de relación directa con la dignidad de la persona. Así, la satisfacción de este tipo de necesidad conlleva un encorvamiento del ser humano.

2.2.7 La Ética en la empresa de negocios.

Puterman S., P., (2005) indica que la empresa como unidad antropológica es una organización humana que ha de buscar simultánea y continuamente el logro de cuatro fines, dos de índole económica y dos de índole antropológico.

Los fines económicos descritos por Puterman S., P., (2005) son: el logro de una ganancia o rentabilidad y, el logro del auto sostenibilidad de la empresa en el mediano y largo plazo. Por su parte, los fines antropológicos anotados por el mismo son: la atención correcta y oportuna de necesidades reales de las personas y; la contribución con el desarrollo pleno de los públicos o personas relacionadas directa o indirectamente con la empresa, a saber: el cliente, el propietario, el empleado o colaborador, el proveedor, la autoridad civil y la comunidad en que la empresa se desenvuelve.

El alcance de este fin múltiple requiere que los propietarios y líderes de las empresas tomen en cuenta los siguientes planteamientos fundamentales dentro del giro ordinario de sus actividades con miras a ejercer un liderazgo empresarial con sentido ético.

2.2.8 Respeto del cliente de la organización.

Tal y como ha sido descrito en los párrafos anteriores– la empresa debe atender la satisfacción de necesidades reales del ser humano. Además, conviene que la empresa lleve a cabo las tareas necesarias para que sus clientes tengan la posibilidad de adquirir y consolidar la virtud de ser consumidores reflexivos, definida por Puterman S., P., (2005) en su documento inédito

intitulado La ética empresarial. Dicha virtud hace referencias a que las personas deben comprar los productos que realmente necesitan, en lugar de comprar productos compulsivamente, sin control personal alguno.

2.2.9 Respetto de los propietarios de la organización.

La empresa ha de hacerles comprender que la utilidad no es su único fin y que debe ser maximizada. En su lugar, la organización debe hacerles comprender que la utilidad es uno de los cuatro fines organizacionales, que ha de ser optimizado durante el giro ordinario de sus labores, en forma simultánea con los demás fines organizacionales.

2.2.10 Respetto de los proveedores de la organización.

La empresa ha de fijar en conjunto con ellos relaciones de comercialización justas; de manera tal que los participantes puedan subsistir, siempre y cuando cada uno actúe responsablemente consigo mismo y con los demás.

2.2.11 Respetto de los demás miembros y organizaciones de la comunidad.

La empresa ha de utilizar racionalmente los bienes y servicios disponibles; ejercer una función de producción acorde o responsable con la realidad vigente tanto humana como ambiental, y; cumplir con las normas –tributarias y legales– vigentes en la sociedad, de manera tal que sea factible una convivencia empresarial en armonía con la naturaleza y las demás sociedades humanas.

2.2.12 La Responsabilidad Social Corporativa

Las ideas tratadas en los apartes anteriores contienen la fundamentación básica de la ética empresarial desde la perspectiva de la Antropología Filosófica Cristiana, en donde el término de Responsabilidad Social Corporativa puede ser considerado como un sinónimo suyo.

Tanto la Ética empresarial como la Responsabilidad Social Corporativa pueden ser complementadas o enriquecidas mediante el ejercicio de la caridad; aquella virtud que induce al ser humano a desprenderse libremente de sus pertenencias y darlas a los más necesitados, con el fin de contribuir con el mejoramiento de sus condiciones materiales, y sin que en tal acto haya mediada intercambio alguno entre las partes involucradas.

2.2.13 Alcances de la responsabilidad social corporativa

Con relación a los alcances de la RSC, diversos autores entre los que se destacan Benbeniste, S., (2002) y Agüero, F., (2002), coinciden en sostener que en este escenario cambiante, donde aparece la RSC como factor de equilibrio, se pueden visualizar alcances de orden social y de desarrollo, como también de tipo solidario e igualitario plasmadas en las contribuciones que la organización brinda en términos de oportunidad a las personas.

Los citados autores también destacan como ventaja de la puesta en marcha de la RS en la empresa, lo relacionado con lo ético y los valores ya que consideran que la organización deberá tener una visión integral en la sociedad, donde se rescate la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente y donde se haga énfasis en los valores y se fomente la ética corporativa como sustento a la toma de decisiones empresariales.

2.2.14 Dimensiones de la responsabilidad social corporativa.

Con relación a las dimensiones de la RSC, y a los alcances que presenta en el desarrollo de sus actividades, Teixidó, S., Chavarri, R. y Castro, A., (2002) sostienen que la Responsabilidad Social Corporativa, se caracteriza por su visión en dos dimensiones, la primera es la dimensión interna asociada al recurso humano que comprende aspectos como competencia y calificación del trabajador, prácticas no discriminatorias (sexo, raza, sida), facilidades de información, mayor equilibrio entre trabajo y familia, seguimiento de incapacitados, aprendizaje (necesidades reales de información): derecho a afiliación, otra a salud y seguridad en el puesto de trabajo y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales renovables. La otra dimensión, está asociada a la dimensión externa relacionada con las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

De otra parte los citados autores destacan la clasificación que retoma de Reyna, F., (2005) denominada la Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa, en la que se considera como dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial lo ético o moral, las demandas sociales plasmadas en lo económico, lo legal y lo voluntario.

2.2.15 Niveles de la responsabilidad social corporativa.

En lo que respecta a los niveles en que se sitúa la Responsabilidad Social, autores como González García Ignacio (2003) y García Gonzalo (2003) parten a considerar que la Responsabilidad Social se manifiesta en diferentes ámbitos, y que ésta puede ser expresada en acciones públicas o privadas de cada individuo, el desarrollo de las familias y grupos sociales, organizaciones civiles e instituciones políticas, en el Estado y en sus políticas públicas. A juicio de los citados autores la Responsabilidad Social adquiere un carácter particular y se puede asumir como:

2.2.16 Responsabilidad básica o global.

“Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones”.

2.2.17 Responsabilidad institucional o de las organizaciones.

“En este sentido las responsabilidades parten por las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo que frente a ésta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas”.

2.2.18 Responsabilidad societal o contextual.

“Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa”.

2.2.19 Implicaciones empresariales y la Responsabilidad Social.

La empresa debe justificar ante la sociedad sus esfuerzos y logros para mejorar los niveles de bienestar y satisfacción de la misma. En este sentido, el que la empresa asuma sus responsabilidades plantea dos vertientes. Gonzalo García, Marcelo Kunz, Lorenzo Dubois 2003.

- a. Por un lado, la necesidad de medir en términos de costes y utilidades sus actividades sociales, lo cual resulta difícil de cuantificar debido al carácter cualitativo de este tipo de actividades.
- b. Por otro, analizar cómo se realiza la distribución de los recursos generados en la actividad empresarial. Este aspecto llevaría a un análisis detallado de la distribución del valor añadido en la empresa. Y es en esta línea de trabajo con base a la cual desarrollamos la parte empírica de la investigación, pues entendemos que el valor añadido se configura como una magnitud económica fundamental para evaluar la RS de la empresa.

Los costes y beneficios sociales reflejan el impacto que la actuación de la empresa pueda tener en su entorno. Dentro de estos costes y utilidades podemos distinguir:

- Costes sociales internos: aquellos que ocasionan la actividad empresarial al relacionarse con los grupos que componen su ámbito interno: trabajadores, directivos y propietarios.
- Costes sociales externos: como los costes transferidos al ámbito externo (clientes, proveedores, Estado, comunidad en general, etc.) y que debería soportar la empresa si se hiciese plenamente responsable de sus acciones.

2.2.20 Motivaciones del desempeño social de las empresas

El tema de RS como tal ha surgido a nivel de las relaciones internacionales, incrementándose con la globalización. A pesar de que actualmente pareciera que es un tema que recién nace, la historia nos demuestra lo contrario. Este ha sido un tema de preocupación creciente, desde fines del siglo XIX, cuando Bismarck implantaba la primera legislación laboral moderna en el Imperio Alemán (1881) y León XIII manifestaba su preocupación por las condiciones laborales en la encíclica. Luego a inicios de 1920, el desarrollo de la filantropía empresarial se relacionaba al principio de la caridad y a la acción de la empresa como tal. Más tarde en la

década de los 50 y 60, se plantea como una obligación ética o moral. Aunque aún había cierta corriente, que no aceptaba la Responsabilidad Social como una obligación

2.2.21 Los stakeholders

Los stakeholders son individuos o grupos con una multiplicidad de intereses, expectativas y demandas que una empresa debe proporcionar y proyectar a la comunidad. Los stakeholders poseen atributos y los más importantes son: la legitimidad, el poder y la urgencia.

Para ello las empresas deben establecer la sensibilización y la comunicación con sus stakeholders, para el desarrollo sostenible de los canales de monitoreo para identificar las necesidades y demandas que la empresa debe satisfacer permanentemente. Las empresas y sus stakeholders juegan un papel muy importante para liderar un futuro mejor exclusivamente en los niveles más altos de la gerencia y en la dirección de las grandes empresas con la necesidad de promover un desarrollo sostenible y del reconocimiento de la sociedad; para ello las empresas deben trabajar con responsabilidad social que debe ser una iniciativa voluntaria y orientada al cumplimiento de la política que cada empresa adopte.

2.3. Fundamentación legal

2.3.1 La responsabilidad social en el Ecuador

Las empresas ecuatorianas se encuentran en una etapa de transición, en el rol que desempeñan dentro de la sociedad, al pasar de prácticas de ayuda social como beneficencia y caridad, a la Responsabilidad Social en 1998 la Fundación Es quel Ecuador, pionera en la promoción de la Responsabilidad Social, junto a otras organizaciones del País y el Synergos Institute de Estados Unidos, dan los primeros pasos en la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), y en el año 2005 se constituye esta ONG, como miembro de la Red Continental de Forum Empresa.

Según un estudio desarrollado por CERES, 8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSC. En este mismo estudio realizado en la ciudad de Quito, se asocia a la RSC con acciones y compromisos de las empresas con el medio ambiente o el entorno comunitario, y en Guayaquil se asocia este concepto con programas de ayuda a damnificados. La ONG británica

Accountability, según el estudio “Estado de la Competitividad Responsable”, ubica al Ecuador en la posición 79, en un ranking de 108 países.

En la cultura ecuatoriana se confunde el concepto de Responsabilidad Social Corporativa como obras de beneficencia exclusiva de gente adinerada y, en el caso de las empresas, como una acción de marketing. En el país existen empresas líderes en el tema de la Responsabilidad Social, las cuales han demostrado su compromiso con la sociedad, entre las principales podemos citar: REPSOL YPF Ecuador S.A., Ecuador Bottling Company (Coca Cola), Pronaca, Palmeras del Ecuador S.A., Holcim Ecuador, Nestlé Ecuador, Yanbal Ecuador S.A., Supermercados La Favorita C.A.

2.3.2 Entidades Ecuatorianas que reconocen las actividades de Responsabilidad Social

- **El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES):** Es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil, comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica. CERES impulsa y difunde las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, que son aquellas que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador, y es aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras de responsabilidad social en la región, convirtiéndose en la plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad. <http://www.redceres.org/>
- **El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE),** es la primera iniciativa institucional en el Ecuador en el cometido de la Responsabilidad Social Empresarial. Es una organización privada, sin fines de lucro. En sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario. Al IRSE lo consolida un equipo de personas con positiva y vasta experiencia en el campo empresarial, en la academia, en la cátedra, en múltiples responsabilidades públicas y privadas. <http://www.irse-ec.org/quienessomos.html>

- **Red del Pacto Global de Naciones Unidas en Ecuador.** Con el fin de promover los diez principios en el país, en 2011 se creó la Red del Pacto Global de Naciones Unidas en Ecuador. El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES, asumió la secretaría de la Red con el aval del Global Compact Office, el Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe y el Sistema de Naciones Unidas en el Ecuador. En Ecuador la red está conformada por 57 empresas del sector público, privado, organizaciones de la sociedad civil y academia, comprometidas con la aplicación de los diez principios y el respeto a los Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medioambiente y la Lucha contra la Corrupción. <http://www.pactoglobal.ec/>
- **Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES):** En Ecuador es un sistema de autoevaluación online, éste diagnóstico está elaborado tomando en cuenta las principales guías/normas de Responsabilidad Social Empresarial. Su estructura está basada en la Norma CRESE, Sistema de Gestión de la Calidad Humana y Responsabilidad Social, cumple con requisitos contemplados en la ISO 26000, Global Reporting Initiative y el Pacto Mundial. <http://www.cemdes.org/rse/>
- **El Sello Hace Bien:** Tiene como objetivo reconocer a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales y han incorporado un componente de buenas prácticas empresariales. <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/creecuador/>
- **El Sello Hace Mejor:** Tiene por objetivo el reconocimiento a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales. Para alcanzar el Sello Hace Mejor, las empresas necesariamente deben haber obtenido previamente el Sello Hace Bien. <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/creecuador/>

2.3.3 Entidades internacionales acreditables:

- **La Global Reporting Initiative GRI** ha creado el estándar de información en materia de sostenibilidad más empleado en todo el mundo, utilizado hoy en día por más de 1.500 organizaciones. En el marco del GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad

se instrumenta a través de la guía GR (Global Reporting Guide-lines). La última publicada es la GR3 (tercera generación). La G3 consta de una serie de principios que tratan de definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluye los llamados contenidos básicos, formados por los indicadores de desempeño así como una serie de pautas y aspectos técnicos de como configurar la memoria. <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>

- **La Norma internacional ISO 26000:** Guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo. http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- **Sistema de Gestión Empresarial SGE 21:** Es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social, que permite de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social. El sistema de gestión SGE 21 ha sido el elegido tanto por empresas multinacionales de primera línea como por pequeña y mediana empresa. http://sge21.foretica.org/?page_id=2
- **La AA1000APS (2008):** Es una norma reconocida internacionalmente y de libre acceso que propone un conjunto de estándares basados en unos principios que pretenden ayudar a las empresas a ser más responsables, respetuosas y sostenibles. <http://www.accountability.org/images/content/3/5/350.pdf>
- **NORMA WORLDCOB:CSR-2011.2:** Corporate Social Responsibility Certificate, es una Norma Internacional desarrollada por World Confederation of Businesses (WORLDCOB) que establece los requisitos que debe cumplir una organización para que sea reconocida por sostener una política de RSE; en cuanto a que se adhiere a una cultura de valores éticos, mantiene un sistema de gestión basada en la Responsabilidad Social

Empresarial, y está en un proceso de mejoramiento continuo en las áreas que interesan a la norma. <http://www.worldcob-csr.com/es/norma.php>

- **Indicadores PLARSE.** Surgen de la base de los ya conocidos Indicadores Ethos que vienen siendo readaptados en varios países de América Latina por distintas organizaciones dedicadas a la promoción de la RSE. <http://deres.org.uy/indicadores-plarse/>

2.4. Definición de términos básicos.

Acción Social: Dedicación de recursos empresariales, generalmente dinero o bienes de cualquier tipo, a proyectos de desarrollo social y de apoyo a colectivos desfavorecidos. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Auditoría ética: Sistema de acreditación acerca del comportamiento ético de una organización, realizado por su propia empresa (auditoría interna por el comité ético) o, preferiblemente por una auditoría externa independiente. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Balance Social: El esfuerzo de una organización por describir en informes internos y externos cuantos datos sean posibles sobre los beneficios y costos que la actividad empresarial acarrea o puede acarrear a la sociedad en un periodo determinado. Benbeniste, S., (2002)

Benchmarking: Técnica de evaluación del desempeño de la propia empresa que consiste en observarse e intercambiar información con aquellas campañas que destacan para emplear buenas prácticas con resultados contrastados. Benbeniste, S., (2002)

Beneficio corporativo: Valor percibido de la empresa por sus grupos de interés en razón de la posición que cada uno de ellos ocupa respecto de la misma. Benbeniste, S., (2002)

Buenas prácticas: Acciones que se generan para la prestación del servicio en las prácticas habituales y que tienden a optimizar los resultados. Benbeniste, S., (2002)

Capital humano: El conjunto de capacidades y habilidades de un sujeto que le facultan para actuar en el mercado desarrollando una actividad económica. Benbeniste, S., (2002)

Ciudadanía Corporativa: Contribución que hace una compañía a la sociedad a través de sus principales actividades, inversiones sociales, programas benéficos, y su compromiso con la política pública. Concepción de la organización como miembro integrante de la sociedad, con el deber de promover su desarrollo y la preservación del entorno vital en donde realiza su actividad. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Código de conducta/ ético: Documento que establece, sin tener obligación legal para ellos, las reglas y principios que definen el sentido de una institución, un gremio o un sector, mediante orientaciones, pautas y punto de referencia para su buen funcionamiento. Benbeniste, S., (2002)

Comercio justo: Operaciones comerciales que buscan promover una relación justa entre productores y consumidores, y cuyo objeto es apoyar a productores marginados. Benbeniste, José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Comercio ético: Actividades de empresas que buscan mejorar sus responsabilidades éticas, medioambientales y sociales, y promover los derechos humanos. Benbeniste, S., (2002)

Desarrollo sustentable: El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Benbeniste, S., (2002)

Ética: Es la empresa en busca inteligente del bienestar de las personas (todos los grupos de interés- *stakeholder*). José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Global Reporting Initiative (GRI): Es un estándar internacional de reporte para el uso voluntario por parte de organizaciones con el fin de reportar sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. Benbeniste, S., (2002)

Gobierno corporativo: Principios rectores y normas de actuación, formalizados públicamente, que establecen el modo de hacer negocios de la empresa y de relacionarse con los grupos de interés. Un buen gobierno corporativo persigue fortalecer la facultad de supervisión sobre la gestión de la compañía. Además, persigue reforzar la exigencia de lealtad de los miembros.

Busca mejorar la transparencia y la fluidez en la información que se proporciona a los grupos de interés. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Grupos de Interés: Son aquellos individuos o grupos interesados en la empresa, en razón de la posición que ocupan respecto de la misma (trabajadores, consumidores, accionistas, etc). Benbeniste, S., (2002)

Informe de sostenibilidad: Documento público que comunica de forma sistemática los criterios, compromisos y actividades de una organización en materia de responsabilidad social corporativa. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Inversión socialmente responsable: Es aquella inversión que se dirige a empresas que incorporan una activa consideración de factores medio ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo. Benbeniste, S., (2002)

Impacto ambiental: Cualquier cambio en el medio ambiente, ya sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de una organización. Benbeniste, S., (2002)

Inversión Social: Constituye un enfoque más integral de la relación empresa y sociedad que supone la extensión de los criterios empresarios al campo social, quitándole la faz caritativa para otorgarle otra más ligada al desarrollo y la sustentabilidad de los proyectos. Benbeniste, S., (2002)

ISO: Organización internacional formada por una red de institutos nacionales de normalización de 146 países que trabajan coordinadamente con gobiernos y representantes de empresas y consumidores para crear normas internacionales como las ISO 9000 o ISO 14000 o guías como la ISO 26000.

Justicia social: Conjunto de normas y principios considerados razonables por un colectivo social determinado. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Memoria de sostenibilidad: Informe que proporciona una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, que incluye tanto las contribuciones positivas como las negativas. Benbeniste, S., (2002)

Organización: Compañía, corporación, firma, empresa, autoridad o institución, o parte o combinación de ellas, sean o no sociedades, pública o privada, que tiene sus propias funciones y administración. Benbeniste, S., (2002)

Organización No Gubernamental: Entidad de carácter privado con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales, nacionales e internacionales. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Política: Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos para dirigir la organización. Benbeniste, S., (2002)

Reputación corporativa de una empresa: Es la impresión que provocan en los grupos de interés las conductas de gestión percibidas, y condiciona sus actitudes de relación con la compañía. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Responsabilidad: Obligación o voluntad de aceptar la responsabilidad de las propias acciones y sus efectos y /o la emisión de una declaración o exposición de motivos, las causas, o motivos y la explicación de la conducta de uno. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Responsabilidad Corporativa: Capacidad que tiene una corporación (organización de personas) para responder por algo o alguien. Benbeniste, S., (2002)

Responsabilidad social: Capacidad para responder por algo o alguien frente a la sociedad. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

Sostenible: Dicho de un proceso: que puede mantenerse por sí mismo. Benbeniste, S., (2002)

Social: Beneficiosa/ solidario. Benbeniste, S., (2002)

Responsabilidad Social Corporativa: Es la gestión que posibilita a la empresa obtener ventajas competitivas, innovar y anticiparse a la competencia al materializar el comportamiento responsable de la corporación ante y con la sociedad con vínculos de beneficios mutuos. José Luis Lizcano, José Mariano Moneva, 2004.

2.5. Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Conceptual	Dimensión	Indicadores	Fuente	Técnica/ Instrumento
Definir y analizar las acciones que permitan realizar una valoración objetiva, del grado de Responsabilidad Social Corporativa que tiene la cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, frente a la comunidad San Jacinto del Pindo y sus necesidades académicas.	Indicadores	Son instrumentos capaces de mostrar cualitativamente o cuantitativamente cambios en el tiempo, con la capacidad de comprobar el funcionamiento de una problemática planteada	Interna	<p>Diagnóstico de las actividades sociales de la empresa</p> <p>Analizar y determinar las necesidades de Responsabilidad Social de la empresa</p>	<p>De campo</p> <p>Documental</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Técnicas de revisión documental</p>
Analizar el nivel de aceptación de la comunidad San Jacinto del Pindo, con respecto a la participación de empresas privadas y su apoyo en la educación del sector.	Nivel de Aceptación	Es el nivel de recibimiento y satisfacción de lo proporcionado	Externa	<p>Diagnóstico de la comunidad.</p> <p>Perfil demográfico</p> <p>Grado de necesidad de la población.</p>	De campo	Encuesta / Cuestionario.

<p>Establecer acciones encaminadas de Responsabilidad Social Corporativa en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza</p>	<p>Actividades a emprender en el plan</p>	<p>Objetivos que se establecen para ser cumplidos mediante pasos en un tiempo determinado</p>	<p>Interna</p>	<p>Detección de necesidades académicas</p> <p>Determinación de la capacidad del personal para aplicar actividades sociales.</p> <p>Implementación de objetivos a cumplir</p>	<p>Documental</p>	<p>Técnicas de revisión documental</p>
<p>Elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, encaminadas al desarrollo académico de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo</p>	<p>Plan</p>	<p>Es un procedimiento o método que se utiliza para cuantificar y controlar los recursos necesarios para llevar a cabo la prestación de un servicio social</p>	<p>Interna</p>	<p>Costo de los equipos de cómputo.</p> <p>Costo de instalación y capacitación</p> <p>Costo de endeudamiento.</p>	<p>Documental</p>	<p>Técnicas de revisión documental</p>

Fuente: Investigación de campo.

2.6. Variables de la investigación.

2.6.1 Variable independiente

Plan de responsabilidad social corporativa

2.6.2 Variable dependiente

Mejorar la calidad educativa, fortaleciendo su desarrollo social

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

Todo proceso de investigación requiere definir cuáles serán las estrategias, procedimientos y métodos para dar respuesta a los objetivos de investigación propuestos. La metodología comprende: determinar el tipo de investigación, seleccionar un diseño de investigación, definir los eventos o fenómenos estudiados; delimitar, seleccionar y describir las unidades de estudio (población y muestra); selección de las técnicas y búsqueda o elaboración de los instrumentos de recolección de datos, la descripción del procedimiento y la selección de las técnicas de análisis de resultados. Fernando, Pérez Domínguez, 2005

3.1. Diseño de la investigación

Con el diseño de investigación, se toman importantes decisiones en cuanto a las operaciones necesarias para la recolección y análisis de los datos para dar respuesta al problema planteado. Olcese, A., Rodríguez, M. Á., & Alfaro, J. (2008)

El presente proyecto se desarrolló como un diseño de investigación, definido en función de sus objetivos, en el que se observa al fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlo, basándose en hechos ya ocurridos sin la intervención directa del investigador. Dada la línea de acción a investigar, fue necesario aplicar diferentes tipos de investigación

3.1.1 Por el Problema.

Se utilizó una investigación explorativa, debido a sus métodos de recolección de información altamente flexibles, que contribuyeron en la búsqueda de ideas claves. Se utilizó también la investigación descriptiva, para llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes dentro de la comunidad beneficiada.

3.1.2 Por su Naturaleza.

La investigación cualitativa permitió estudiar la calidad de la infraestructura, materiales y recursos determinantes para el momento de la implementación. Así también la investigación

cuantitativa, ayudó a la identificación de la calidad académica resultante del escaso material tecnológico en la comunidad.

3.1.3 Por el Lugar.

La investigación de campo facilitó la obtención de información directamente de la realidad social, apoyado por el diseño documental, recogiendo datos de manera directa en el ambiente relacionado con la misma.

3.2. Población y muestra A – B.

“Estas unidades de análisis son parte constitutiva de la población, que se ha de delimitar y sobre la cual es posible generalizar los resultados”. Olcese, A., Rodríguez, M. Á., & Alfaro, J. (2008)

3.2.1 Población A – B.

A: Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa CACPE PASTAZA”, está domiciliada en la ciudad de Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, fue creada mediante acuerdo ministerial No.593 del 15 de abril de 1987, opera desde enero de 1988, como iniciativa de directivos y socios de la Cámara de la Pequeña Industria de Pastaza, como respuesta a las necesidades de contar con una institución financiera local. Actualmente es una entidad controlada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, mediante resolución No-SBS-INIF-2002-02245.

La situación económica y estructural de la cooperativa en sus inicios era compleja, tomando en cuenta que en el entorno existían entidades financieras instaladas desde hace muchos años, con recursos económicos e infraestructura que resultaba más que imposible competir. Basta saber que existían 2 cooperativas y cinco bancos para una población económicamente activa, que no pasaba de 15.000 personas.

La captación de ahorros y el otorgamiento de los créditos se orientaron y se siguen orientando al sector de la microempresa y al sector informal.

El crecimiento de los ahorros en su inicio fue del treinta y ocho mil por ciento (38.528%), porcentaje que sin duda era más que extraordinario debido a que era una cooperativa propia de la región, atractivas tasas de captación y colocación porque tenía como misión apoyar el crecimiento de sus cooperados. Respecto a los créditos, éstos en 1988 fueron 945 y alcanzaron el monto de S/.101'730.328 sucres debido a las condiciones favorables de tasas y agilidad en la consecución.

La cooperativa se inició como de carácter cerrada, es decir únicamente para los integrantes de la Cámara de la Pequeña Industria de Pastaza, se transformó en abierta para todo el público el 9 de mayo de 1.989 según resolución número 580, cambiando su razón social de cooperativa de la pequeña industria a "Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza". En todo el tiempo de vida, la cooperativa ha conseguido resultados positivos, consistentes y progresivos, que ha dado como resultado una solidez económica que nos ha permitido ser líderes en el sistema financiero provincial en los que se incluyen no solo cooperativas si no también bancos que son considerados los más grandes del país y reconocidos internacionalmente (Ver Anexo 2) Según: <http://www.cacpepas.fin.ec/index.php/institucion/microhistoria>.

B: La comunidad San Jacinto del Pindo

Es una comunidad de la parroquia Puyo, cantón y provincia de Pastaza, con un total de 150 habitantes de nacionalidad kichwas, su cultura es muy común, pues está marcada substancialmente por el medio ecológico en el que viven, con todos sus posibilidades y limitaciones. Son de tendencia comunitaria es decir de ordenamiento colectivo en cuanto a los regímenes de la tenencia de la tierra, acceso y manejo de recursos.

Aunque los Kichwas de esta comunidad, han adoptado muchas de las prácticas culturales de los mestizos, aún siguen utilizando los recursos faunísticos y florísticos de los bosques húmedos tropicales para usos artesanales, nutricionales y medicinales. Conservan los sistemas

de agricultura tradicional aunque con restringidas posibilidades de traslados o rotaciones para el uso de los suelos.

Los cambios profundos en sus comunidades, han hecho que su economía se torne cada vez más dependiente del abastecimiento externo de bienes mercantiles, por lo que han desarrollado sistemas de transacciones comerciales que involucran a redes locales.

Entre las costumbres que prevalecen en el comunidad San Jacinto del Pindo, se manifiesta la artesanía de la cerámica, aunque en los últimos tiempos ha bajado su producción, por lo laborioso de su confección y el cuidado que requiere para su transportación; en su lugar, ha sido reemplazado masivamente por la práctica de la artesanía en balsa que ha copado los mercados de centros urbanos. (Ver anexo 3).

Entre las fiestas, que aún se conservan, se puede destacar la fiesta de la cacería, “ista” donde los varones se internan en la selva por varios días para cazar las aves y cuadrúpedos nativos (Ver anexo 4), en un desafío por demostrar sus virtudes y habilidades en las faenas de la selva; mientras las mujeres jóvenes van a las chacras para cosechar la yuca y con ella preparar la chicha, que servirá de bebida para los invitados. Para procesar la chicha, las mujeres mastican la yuca cocida y la escupen en recipientes denominados *bateas* para luego depositar la masa en las *tinajas* (recipientes hondos de barro) y taponar con hojas de plátano, donde permanecerá varios días para permitir su fermentación, que servirá el día de la fiesta en las típicas mocahuas (jarrones de arcilla) mientras los cazadores regresan de la selva con la carne. Este festejo se realiza generalmente en Diciembre y se sigue practicando en las comunidades donde el mestizo respeta su entono(Ver anexo 4) Según: <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>

Para esta investigación se plantea trabajar con dos (2) poblaciones, con las siguientes características:

3.2.3 Características de la población A.

Fueron seleccionados dos (2) miembros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, Andrés Fernández Jefe del departamento de Marketing (e) y Marcia Gamboa coordinadora de desarrollo social; quienes han sido elegidos por tener la potestad de aprobar y supervisar el Plan de Responsabilidad Social Corporativo. Es una población finita.

Características de la población B

Se seleccionaron a treinta (30) representantes de los estudiantes de los niños de la comunidad San Jacinto del Pindo; así como a tres (3) representantes legales de la escuela Luis Antonio Aguilar.

En ocasiones, las limitaciones de tiempo y dinero, o de dificultades para ubicar a toda la población para obtener los datos, se acude a la aplicación de técnicas de muestreo, la cual “descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal refleja las características que definen a la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa.” Kaschel Carolina (2003).

En ese sentido se definieron las siguientes muestras para cada población de la siguiente forma:

3.2.4 Muestra A – B.

Muestra A:

No se considera que el número represente dificultad alguna para la obtención de los datos, así que se toma el total de la población como muestra.

Muestra B:

Debido a la descripción antes realizada se acudirá a un muestreo intencional, no probabilístico el que se basa en la lógica de la significativa, o sobre lo que es más relevante para la investigación. Tomando en cuenta el tiempo estipulado para obtener los datos y las posibilidades de ubicar a los integrantes de la Muestra “B”, serán seleccionadas treinta y tres(33) personas que representan al menos el treinta por ciento de la población, esperando abarcar un segmento representativo del universo de miembros de la escuela Luis Antonio Aguilar.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La naturaleza de los datos es el criterio por el cual se seleccionan las técnicas e instrumentos para su recolección. En cuanto a las fuentes, se escogió como técnica de recolección la encuesta, misma que posibilitará obtener información sobre las necesidades de la organización, así como de la comunidad en el aspecto educativo, esto a través del cuestionario, que es el instrumento más utilizado pues "...reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio." (Tamayo, 2003, p.124).

En el caso del presente estudio serán elaborados dos (2) cuestionarios, el que está dirigido a los miembros del departamento de marketing y desarrollo social, cuyo cuestionario contiene nueve (9) preguntas de selección múltiple, mientras que el que va dirigido a los miembros representantes de los estudiantes y de la escuela Luis Antonio Aguilar, contiene ocho (8) preguntas también bajo la modalidad de selección múltiple (Ver Anexo 5).

3.4. Técnicas de procesamientos y análisis de datos.

Los datos obtenidos de las fuentes primarias serán ordenados, tabulados y presentados en tablas de frecuencia simple y porcentaje, así como gráficos circulares es decir, un análisis estadístico descriptivo con el cual detectar las necesidades tanto de la empresa así como de la comunidad a intervenir, para luego establecer un Plan de Responsabilidad Social Corporativa para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

4.1. Presentación de resultados muestra A.

Todos los resultados obtenidos durante la realización de la presente investigación, han sido definidos siguiendo los indicadores de las variables de los objetivos específicos (Ver cuadro1), planteados para el presente estudio, siguiendo los instrumento de recolección de datos, mismos que han sido elaborados siguiendo las necesidades de la investigación.

La compilación de los datos obtenidos al culminar este estudio de campo, serán clasificados y presentados en tablas de recopilación de datos, posteriormente se ilustraran con gráficos circulares, lo cual mostrará la contribución de cada valor.

Resultados derivados de la aplicación de encuestas a los miembros del departamento de marketing y desarrollo social, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza. (Ver Anexo 5).

1. Andrés Fernández - Jefe del Departamento de Marketing(e)
2. Marcia Gamboa – Coordinadora de Desarrollo Social.

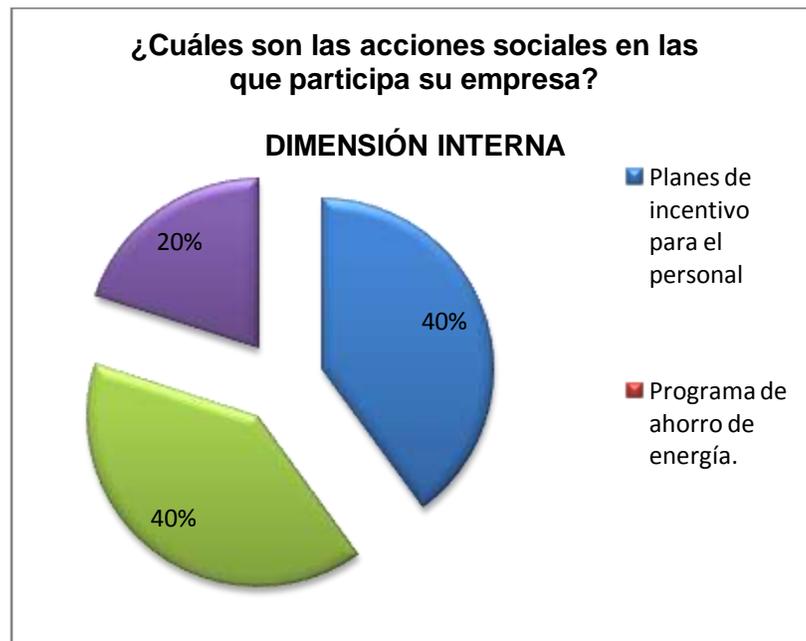
4.1.1 Muestra A.

Tabla 2: Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Interna).

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Planes de incentivo para el personal	2	40%
Programa de ahorro de energía.	0	0%
Programa de reciclaje.	2	40%
Participación del personal en la planificación de la empresa.	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 1: Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Interna)



Fuente: Investigación de campo.

Análisis: Según los datos obtenidos en la figura 1, se puede observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, maneja una serie de acciones sociales con sus empleados, mismas que se encuentran establecidos en las siguientes opciones internas: el 40% en planes de incentivo para el personal, así como para participación del personal en la planificación de la empresa, entiéndase éstas por capacitaciones al personal directivo; mientras que en programas de reciclaje un 20% ya que se está recién iniciando con éstas prácticas ambientales; en programas de ahorro de energía no mantienen ningún tipo de actividad interna. (Ver Anexo 6).

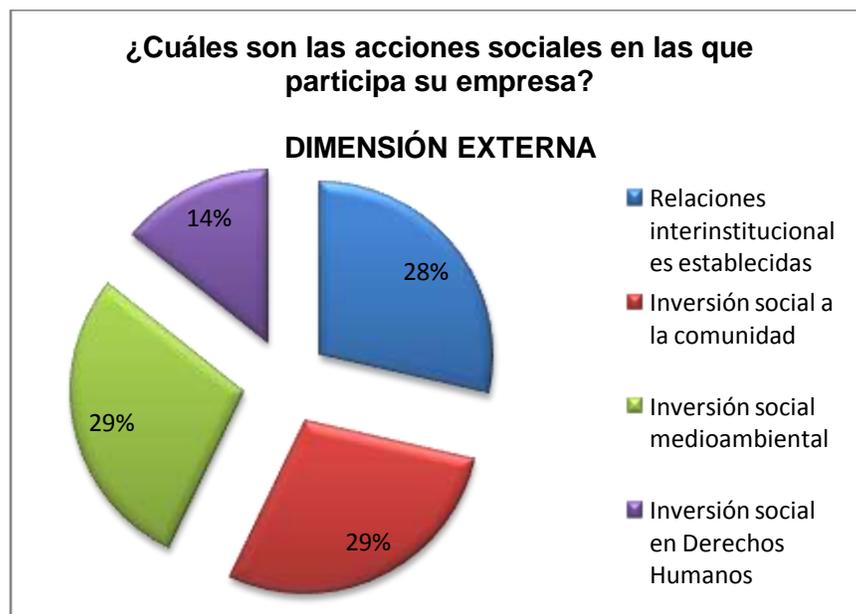
Interpretación: Las acciones sociales internas que la empresa actualmente maneja, son actividades generales en las que no existe un plan previo a su aplicación, así como una consecución del mismo, tan solo son improvisaciones que se dan de acuerdo a la situación que enfrenta en su momento, de acuerdo a la situación interna que se da en la empresa o para dar cumplimiento a su plan operativo anual. (Ver Anexo 6).

Tabla 2.1: Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Externa)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Relaciones interinstitucionales establecidas	2	28%
Inversión social a la comunidad	2	29%
Inversión social medioambiental	2	29%
Inversión social en Derechos Humanos	1	14%
Total	7	100%

Fuente: Investigación de campo.

Figura 1.1: Acciones sociales en las que participa la Cooperativa (Dimensión Externa)



Fuente: Investigación de campo.

Análisis: Según los datos obtenidos en la figura 1, se puede observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, externamente mantiene una intervención del 28% en relaciones interinstitucionales, un 29% en inversión con la comunidad al igual que en inversión social ambiental; mientras que en inversión social de derechos humanos su participación es del 14%. (Ver Anexo 6).

Interpretación: Las acciones sociales externas en las que participa la empresa, son para dar cumplimiento a su plan operativo anual objetivo 11, en donde se presenta anualmente un

informe que relata la acción y su cumplimiento en porcentaje (Ver Anexo 6), mas no existe un plan previamente establecido y no existen resultados que denoten un avance de su gestión social.

Tabla 3: Razones para iniciar prácticas de Responsabilidad Social

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Acercamiento afectivo con la gente, caridad o bondad	2	40%
Reconocimiento, proyección, relaciones públicas, ventaja competitiva	2	40%
Evitar problemas con la comunidad	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 2: Razones para iniciar Prácticas de Responsabilidad Social



Fuente: Investigación de campo

Análisis: La figura 1.1 indica que para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, el acercamiento afectivo con la gente, caridad o bondad, así como el reconocimiento, proyección, relaciones públicas y ventaja competitiva, es de mayor importancia, ya que según el criterio de los encuestados esto representa un 40%; mientras que la opción evitar problemas con la comunidad es de menor importancia reflejando un 20%.

Interpretación: Para la empresa las razones que ameritan relacionarse con actividades de responsabilidad social, son aquellas que denotan una ventaja competitiva por sobre otras de la misma línea financiera, sin embargo también existe la razón afectiva llamadas filantropía, que no requieren un plan de responsabilidad y que además son los que realiza la empresa.

Tabla 4: Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Interna).

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cursos de capacitación para el personal.	2	20%
Financiamiento para estudios universitarios del personal u otro incentivo educativo.	2	20%
Guarderías.	2	20%
Programa de ahorro de energía.	2	20%
Programa de reciclaje.	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo.

Figura 3: Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Interna)



Fuente: Investigación de campo

Análisis: En la representación de la figura 3, se puede observar que la cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, desea incorporar en el plan de Responsabilidad Social Corporativa, actividades como: cursos y capacitación para el personal, financiamiento para estudios universitarios u otro incentivo académico, guarderías, programas de ahorro de energías, es decir todas las opciones internas representadas por igualdad con un 20%.

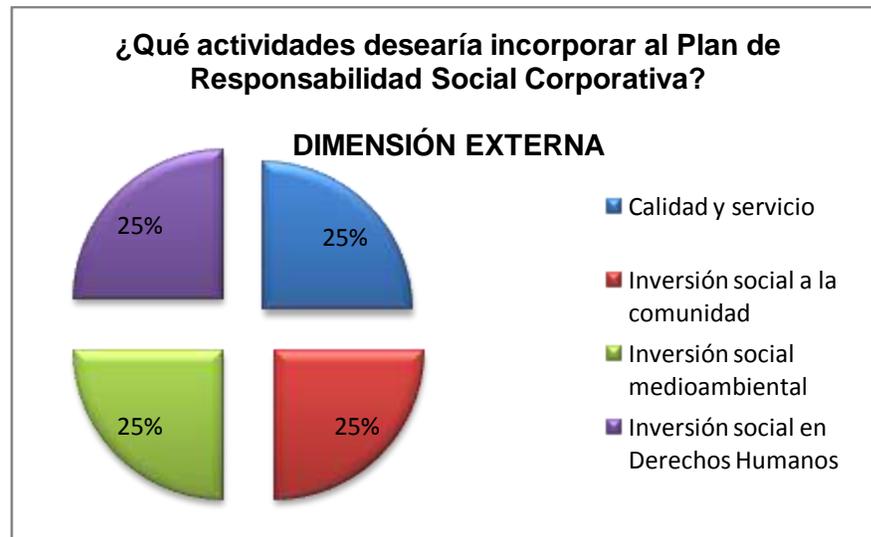
Interpretación: Los representantes del departamento de desarrollo, han previsto analizar nuevas alternativas que representen el bienestar de sus empleados, iniciando con acciones que a través de una gestión social permitan un avance y desarrollo de competitividad para la misma.

Tabla 4.1: Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Externa)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Calidad y servicio	2	25%
Inversión social a la comunidad	2	25%
Inversión social medioambiental	2	25%
Inversión social en Derechos Humanos	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Investigación de campo.

Figura 3.1: Actividades que desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa (Dimensión Externa)



Fuente: Investigación de campo.

Análisis: Al igual que el gráfico anterior, dentro de las opciones de la figura 3.1 la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, desea incorporar en el plan de Responsabilidad Social Corporativa, actividades como: calidad y servicio, inversión social a la comunidad, inversión social medioambiental e inversión social a los derechos humanos, es decir todas las opciones externas representadas por igualdad con un 25%.

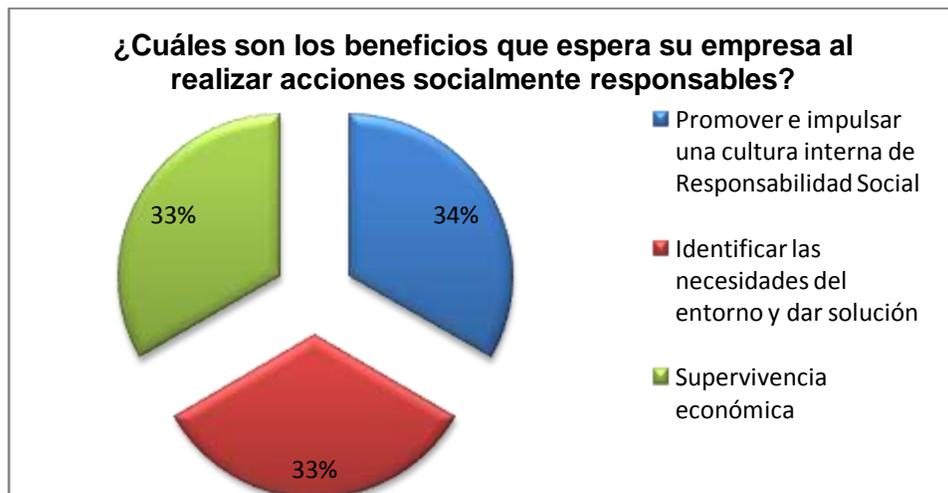
Interpretación: Los representantes competentes de llevar a cabo acciones de responsabilidad social, son quienes consideran que se debe dar mayor amplitud a las opciones de crecimiento y desarrollo social para la empresa, manteniendo una inversión que establezca su compromiso con la comunidad.

Tabla 5: Beneficios que espera su empresa al realizar acciones socialmente responsables

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Promover e impulsar una cultura interna de Responsabilidad Social	2	34%
Identificar las necesidades del entorno y dar solución	2	33%
Supervivencia económica	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de campo.

Figura 4: Beneficios que espera su empresa al realizar acciones socialmente responsables.



Fuente: Investigación de campo.

Análisis: Según los datos obtenidos en la figura 4, se puede observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, pretende a través de sus acciones socialmente responsables en un 34% promover e impulsar una cultura interna de responsabilidad social, mientras que en un 33% pretende identificar las necesidades del entorno y dar solución, y de igual manera con el mismo 33% por supervivencia económica.

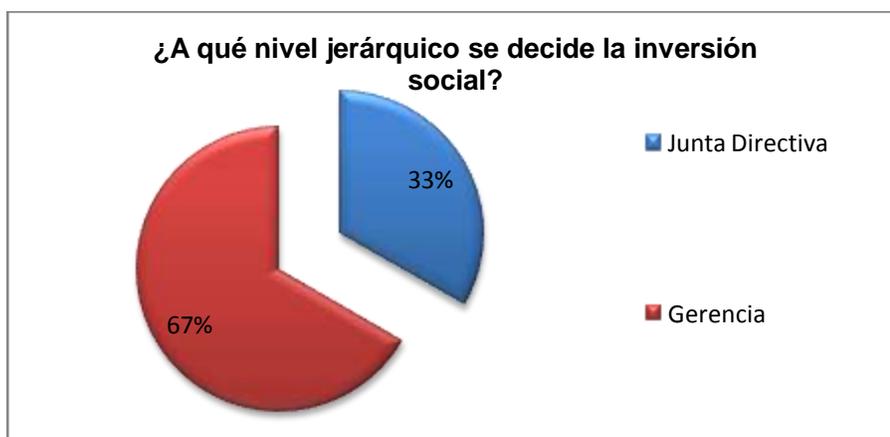
Interpretación: Mayoritariamente un de los beneficios que pretende alcanzar a través de acciones sociales, es el de promover una cultura interna de responsabilidad social, en la que se incorporen y se mantengan políticas que favorezcan la obtención de resultados que promuevan la consecución de sus objetivos.

Tabla 6: Nivel jerárquico que decide la inversión social

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Junta Directiva	1	47%
Gerencia	2	53%
Total	3	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 5: Nivel jerárquico que decide la inversión social



Fuente: Investigación de campo

Análisis: De los datos obtenidos y representados en la figura 5, se puede observar que en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, quien decide mayoritariamente sobre las inversiones sociales, es la gerencia con un 67%, mientras que la junta directiva posee un bajo nivel de decisión sobre la inversión social, obteniendo un 33%.

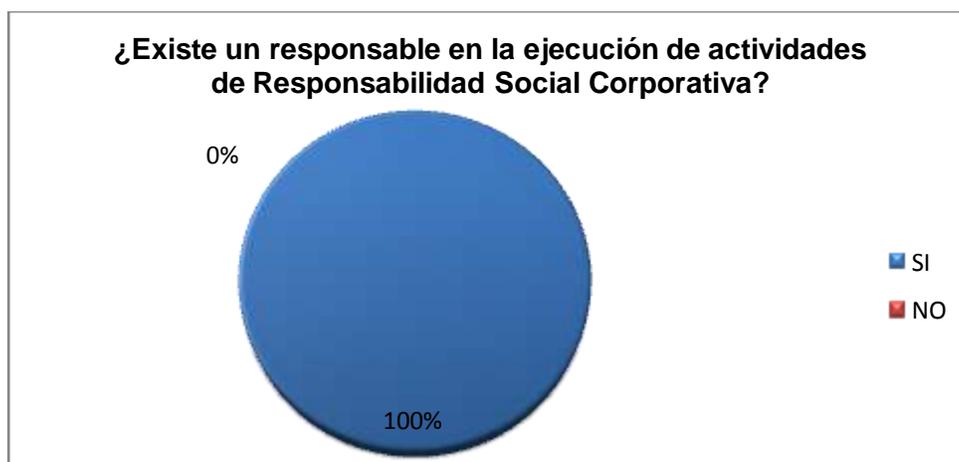
Interpretación: En la empresa el poder de decisión general recae en la gerencia, aun manteniendo líneas descentralizadas como la junta directiva, es en éste en quien recae el peso de las decisiones financieras importantes para la empresa.

Tabla 7: Responsable en la ejecución de actividades de Responsabilidad Social Corporativa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	100%
NO	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 6: Responsable en la ejecución de actividades de Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Investigación de campo

Análisis: La figura 6 representa que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, tiene un responsable de responsabilidad social, para que se encargue de llevar a cabo labores explícitas de responsabilidad social.

Interpretación: En la empresa recientemente se ha incorporado dentro del departamento de Marketing, a una persona responsable de las acciones de responsabilidad social, a quien han

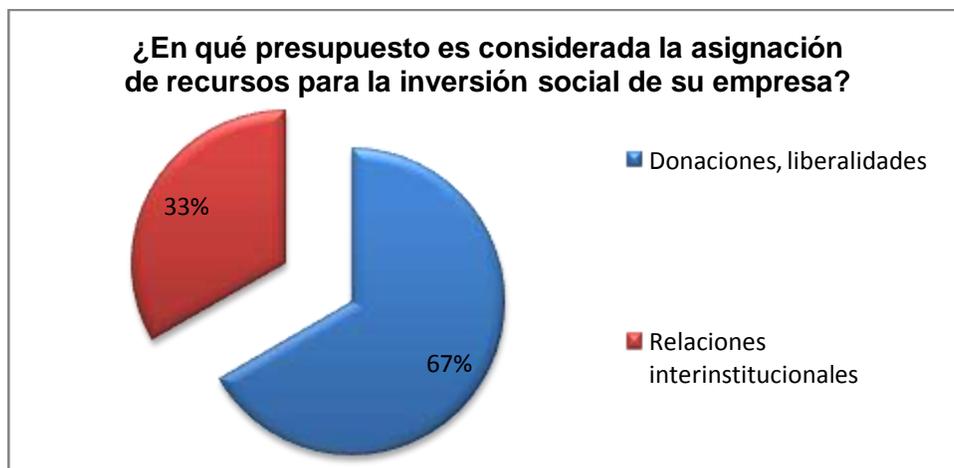
llamado “Desarrollo social”, quien en la actualidad se encuentra investigando acerca de lo referente a la gestión social, así como afianzando su estatus dentro de la misma.

Tabla 8: Presupuesto en el que se considerada la asignación de recursos para la inversión social de su empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Donaciones, liberalidades	2	33%
Relaciones interinstitucionales	1	67%
Total	3	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 7: Presupuesto en el que se considerada la asignación de recursos para la inversión social de su empresa



Fuente: Investigación de campo

Análisis: De los datos obtenidos y reflejados en la figura 7, muestran que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, considera en un 67% la asignación de recursos para la inversión social en aportes como donaciones y liberalidades; mientras que en un 33% son considerados como relaciones interinstitucionales.

Interpretación: La asignación de recursos que la empresa destina para acciones sociales, está vinculada con donaciones y liberalidades, ya que la asignación de recursos no tiene un solo presupuesto del cual se desprenda la inversión netamente para asuntos sociales.

4.2. Discusión de resultados muestra A

La encuesta realizada permitió tener una visión clara de las actividades internas y externas de responsabilidad social, emprendidas por la cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, tipos de contribución, relaciones interpersonales, personal a cargo, beneficios y razones de emprendimiento, etc.; con ésta información se puede hacer la siguiente discusión de resultados.

Según la tabla 2 representada en la figura 1, la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, realiza actividades internas de responsabilidad social, en su mayoría están orientadas al beneficio del personal directivo (Ver Anexo 6); actualmente se encuentran en la promoción de actividades de reciclaje como apoyo al medio ambiente Sin embargo cabe recalcar que según los encuestados dichas actividades se encuentran registradas solamente en el informe anual del 2013 (Ver Anexo 6), es decir solo consta el nombre de la actividad y sus beneficiarios temporales, ya que no hay un plan que certifique debidamente a éstas como actividades sociales dentro de lo ámbito formal.

Según la tabla 2.1 representada en la figura 1.1 la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, realiza actividades externas de responsabilidad social, en su mayoría con la comunidad y con el medio ambiente, entendiéndose éstas como aportes temporales; seguida de las interinstitucional es mismas que son momentáneas y que se deslindan una vez alcanzados los objetivos, y con un menor grado el de los derechos humanos en donde únicamente se han hecho contrataciones a personas con cierta discapacidad. Cabe recalcar éstas actividades no cuentan con una preparación previa, seguimiento ni evaluación, tan solo constan en el informe anual del 2013. (Ver Anexo 6).

Según la tabla 3 representada en la figura 2 las razones para iniciar prácticas de Responsabilidad Social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, son mayoritariamente para tener un acercamiento afectivo con la gente, así como el

reconocimiento, proyección, relaciones públicas y ventaja competitiva, sin embargo no se descarta la posibilidad de evitar problemas con la comunidad, ya que reconocen que éstas son actividades están en proceso de convertirse en obligaciones gubernamentales

Según la tabla 4 representada en la figura 3 existe el deseo de incorporar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa en donde se realicen, mantengan o fortalezcan actividades de capacitación para el personal, financiamiento para estudios universitarios u otro incentivo académico, guarderías, programas de ahorro de energías

Según la tabla 4.1 representada en la figura 3.1 de igual manera existe la voluntad de incorporar actividades externas que faculten a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, como una empresa financiera capaz de desarrollar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa en beneficio de la sociedad y el medio ambiente

Según la tabla 5 representada en la figura 4 la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, pretende a través de sus acciones socialmente responsables, promover e impulsar una cultura interna de responsabilidad social, así como identificar y solucionar las necesidades del entorno, dejando al final el interés de incorporar prácticas sociales tan solo por la supervivencia económica.

Según la tabla 6 representada en la figura 5 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, quien decide mayoritariamente sobre las inversiones sociales, es la gerencia, mientras que la junta directiva posee un bajo nivel de decisión sobre la inversión social.

Según la tabla 7 representada en la figura 6 recientemente la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, ha incorporado dentro del departamento de Marketing a un responsable (Marcia Gamboa – coordinadora de desarrollo social), para que se encargue de llevar a cabo labores explícitas de responsabilidad social. Sin embargo en la actualidad no se tiene un registro de las actividades sociales anteriormente realizadas, ni se tiene en cuenta la incorporación de un plan que avale la actividad y el compromiso de éste tipo de gestión, dando la oportunidad para que la autora pueda elaborar un plan de responsabilidad social corporativa, de modo que la empresa se pueda brindar un apoyo más eficiente a la comunidad

Según la tabla 8 representada en la figura 7 la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, considera que mayoritariamente debe constar como donaciones y liberalidades toda asignación de recursos económicos para la inversión social, sin embargo pocas veces según lo amerite, éstas son consideradas como relaciones interinstitucionales.

4.3. Presentación de resultados muestra B

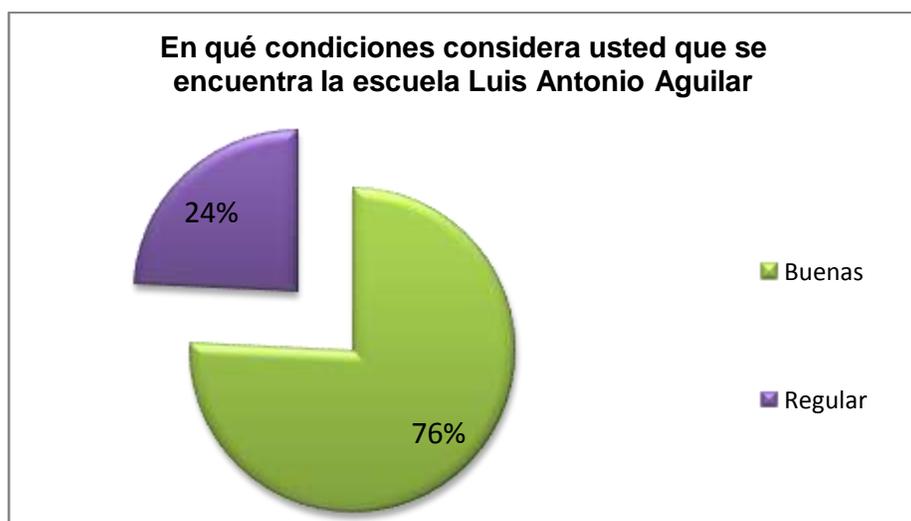
Resultados derivados de la aplicación de la encuesta a los representantes de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo

Tabla 9: Condiciones en las que se encuentra la escuela Luis Antonio Aguilar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelentes	0	0%
Muy buenas	0	0%
Buenas	25	76%
Regular	8	24%
Total	33	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 8: Condiciones en las que se encuentra la escuela Luis Antonio Aguilar



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 76% de los encuestados, considera que las condiciones de la escuela Luis Antonio Aguilar son regulares, mientras que el 24% considera que las condiciones actuales se encuentran en buenas condiciones.

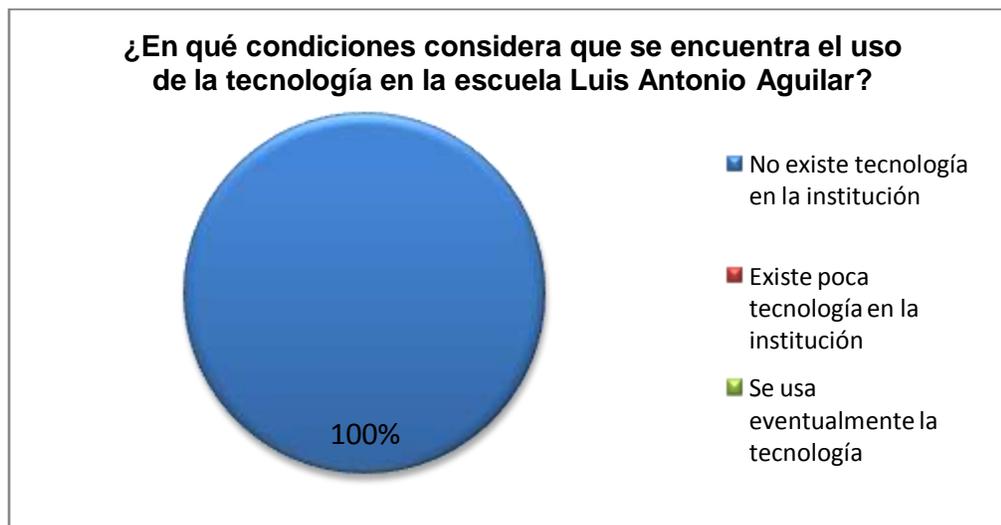
Interpretación: Las condiciones de la escuela Luis Antonio Aguilar son regulares, en vista de que no poseen materiales didácticos aptos para un aprendizaje eficiente, por lo que deben mantenerse con sus propios recursos, esperando escasa contribución de los organismos seccionales pertinentes para su transición escolar.

Tabla 10: Condiciones en las que se encuentra el uso de la tecnología en la escuela Luis Antonio Aguilar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
No existe tecnología en la institución	33	100%
Existe poca tecnología en la institución	0	0%
Se usa eventualmente la tecnología	0	0%
Se utiliza adecuadamente la tecnología	0	0%
Total	33	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 9: Condiciones en las que se encuentra el uso de la tecnología en la escuela Luis Antonio Aguilar



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 100% de los encuestados considera que no existe tecnología en la escuela Luis Antonio Aguilar.

Interpretación: La escuela Luis Antonio Aguilar no posee equipos tecnológicos para uso educativo, por lo que debe complementarlos con otras áreas recreativas, puesto que pese a sus gestiones no han logrado que ningún organismo seccional se haga cargo de dicho requerimiento.

Tabla 11: Recursos que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, por parte del gobierno y sus organismos seccionales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	33	25%
Materiales didácticos	33	25%
Infraestructura	33	25%
Tecnología	0	0%
Salud	33	25%
Total	132	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 10: Recursos que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, por parte del gobierno y sus organismos seccionales



Fuente: Investigación de campo

Análisis: De los recursos que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar por parte del gobierno y sus organismos seccionales, el 25% se destina a alimentación, el 25% en materiales didácticos no tecnológicos, el 25% en salud e infraestructura, mientras que la tecnología es un elemento que no es considerado como aporte público para la escuela Luis Antonio Aguilar

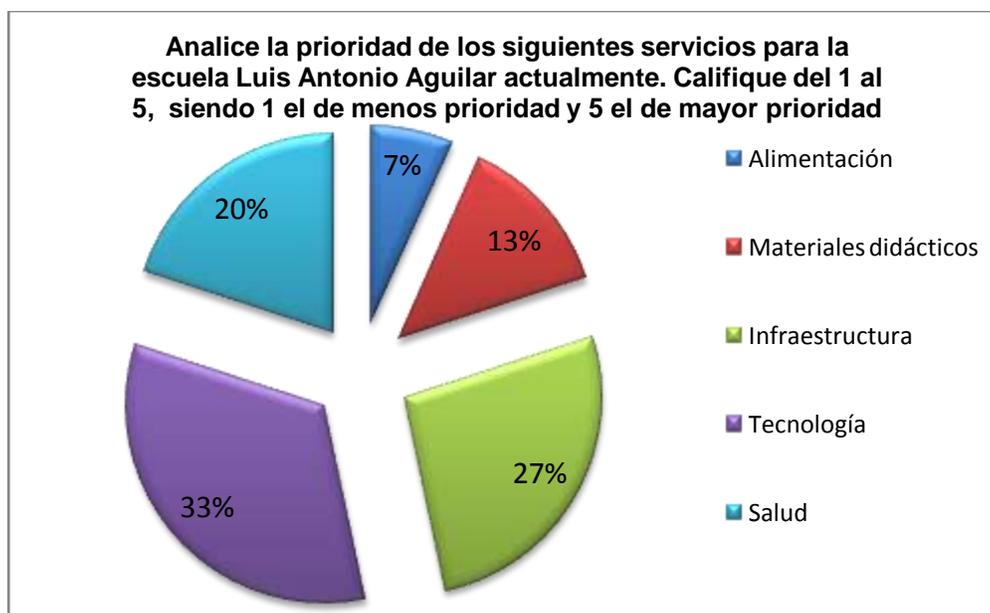
Interpretación: La escuela Luis Antonio Aguilar recibe esporádica colaboración de los gobiernos seccionales en cuanto a materiales didácticos, infraestructura y salud, sin embargo en cuanto a tecnología no han recibido ninguna aportación.

Tabla 12: Prioridad de los servicios para la escuela Luis Antonio Aguilar actualmente.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	1	7%
Materiales didácticos	2	13%
Infraestructura	4	27%
Tecnología	5	33%
Salud	3	20%
Total	15	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 11: Prioridad de los servicios para la escuela Luis Antonio Aguilar actualmente.



Fuente: Investigación de campo

Análisis: En cuanto a escala de necesidades, actualmente la escuela Luis Antonio Aguilar prioriza a la tecnología en un 33%, seguido de un 27% en infraestructura, luego un 20% en salud, en menor escala el 13% en materiales didácticos y el 7% en alimentación.

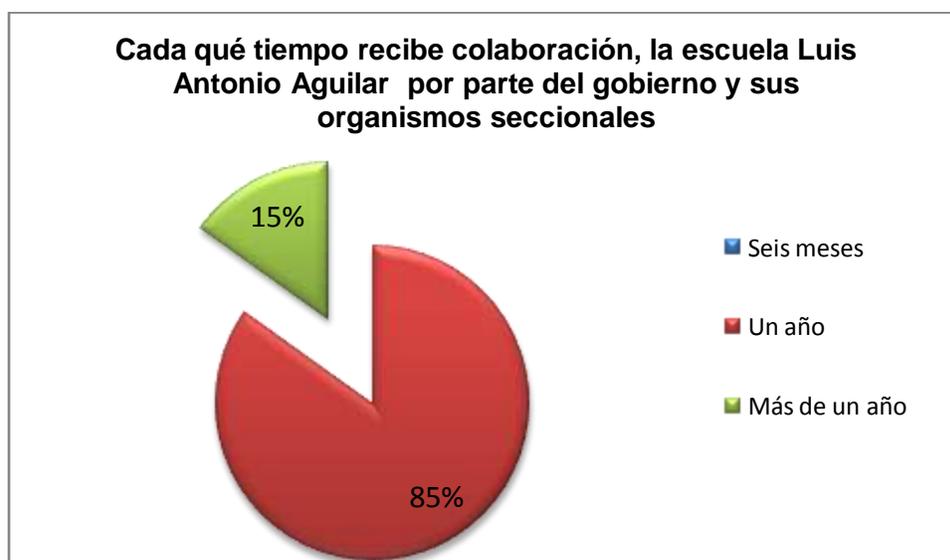
Interpretación: Las necesidades de mayor prioridad para la escuela Luis Antonio Aguilar, es el equipamiento de tecnología, puesto que no lo poseen y es de alto requerimiento ya que permite optimizar el aprendizaje escolar.

Tabla 13: Tiempo que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, ayuda por parte del gobierno y sus organismos seccionales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Seis meses	0	0%
Un año	28	85%
Más de un año	5	15%
Total	33	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 12: Tiempo que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar, ayuda por parte del gobierno y sus organismos seccionales



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 85% de los encuestados asegura que la escuela Luis Antonio Aguilar, recibe aportaciones por parte del gobierno y sus organismos seccionales una vez al año, mientras que el 15% considera que el tiempo de aportación pública es mayor a un año.

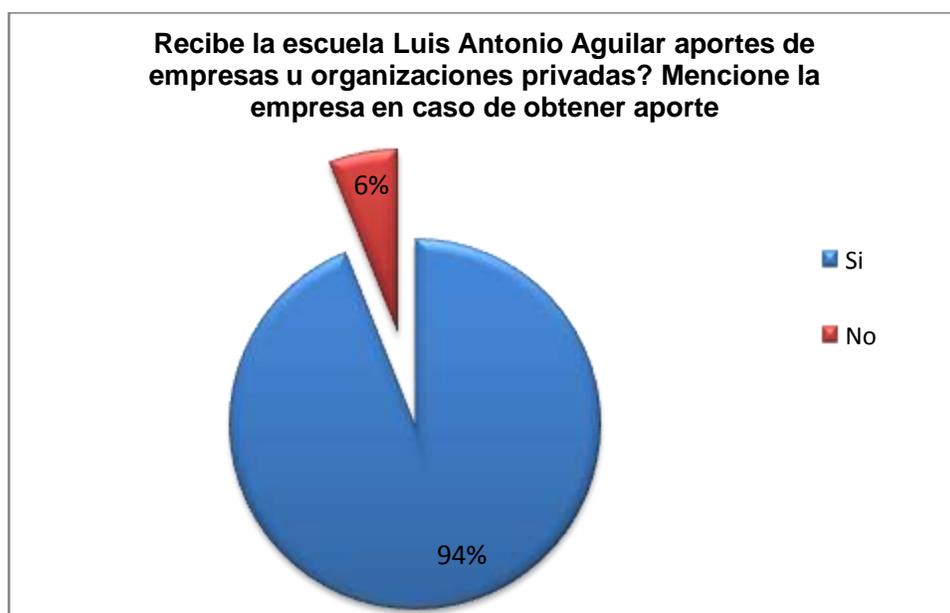
Interpretación: Las aportaciones educativas de los organismos seccionales en la provincia de Pastaza son cada vez más centralizados, limitando a aquellos que se encuentran alejados de la capital, quienes a través de sus propios recursos deben buscar los medios para mantener a la escuela en un estado aceptable.

Tabla 14: Aportes de empresas privadas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	6%
No	2	94%
Total	33	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 13: Aportes de empresas privadas



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 94% de los encuestados contesta que no recibe aportes de empresas u organizaciones privadas, mientras que el 6% considera que si ha recibido aportes de fundaciones benéficas.

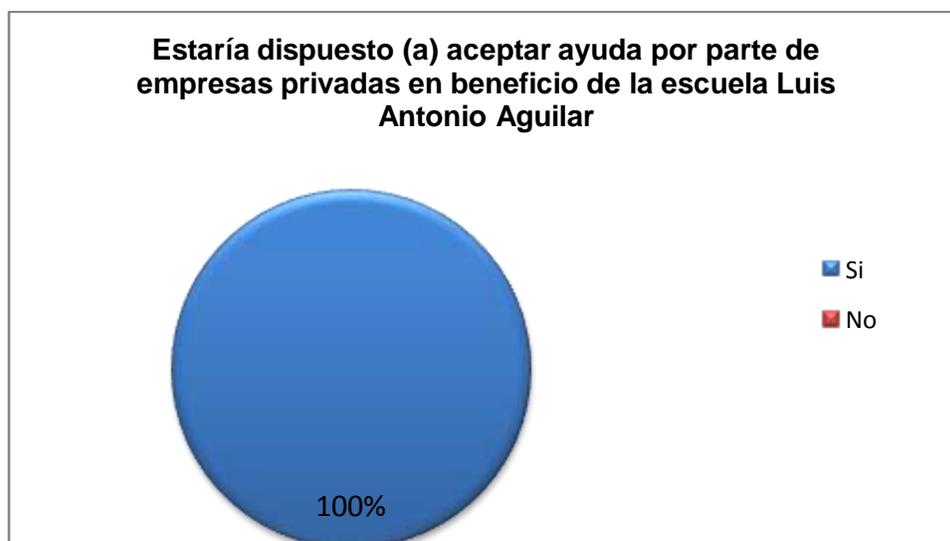
Interpretación: La escuela Luis Antonio Aguilar no mantiene contacto con otras empresas privadas o fundaciones para beneficio educativo, sin embargo aquellas que se han presentado han sido solo para promocionar sus productos/servicios, sin mostrar verdadero interés por mantener una aportación permanente con el sector.

Tabla 15: Aceptación de ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la escuela Luis Antonio Aguilar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100%
No	0	0%
Total:	33	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 14: Aceptación de ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la escuela Luis Antonio Aguilar



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 100% de los encuestados considera que estaría dispuesto en aceptar ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la educación escolar.

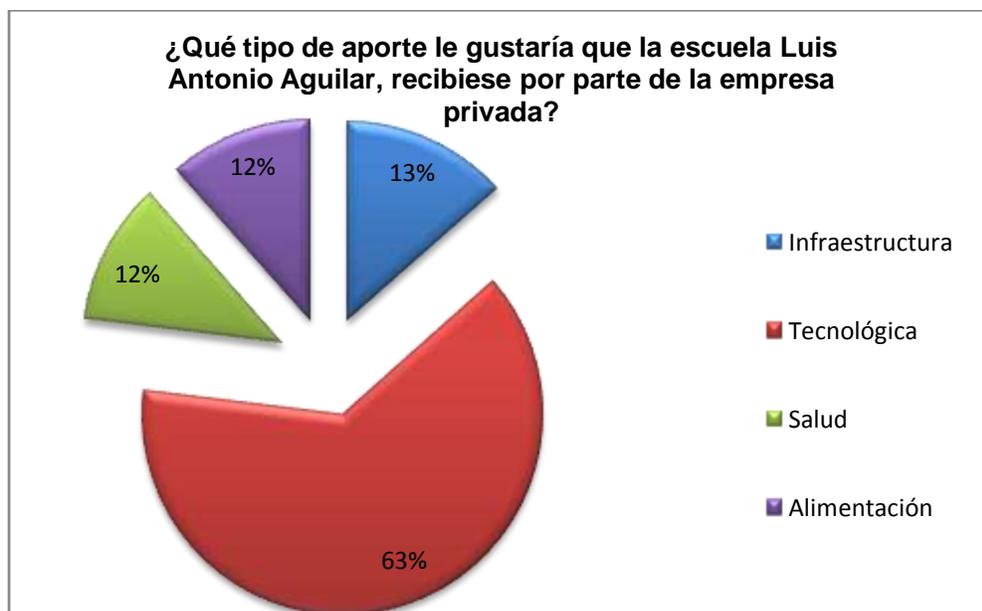
Interpretación: Tanto la comunidad como la escuela aceptarían aportaciones de empresas privadas que mantengan un beneficio específico en educación, ya que se requiere de un compromiso con el cual se pueda optimizar la educación a través de recursos mutuos.

Tabla 16: Tipos de aportes que desearían recibir por parte de empresas privadas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura	7	13%
Tecnológica	33	63%
Salud	6	12%
Alimentación	6	12%
Total	52	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 15: Tipos de aportes que desearían recibir por parte de empresas privadas



Fuente: Investigación de campo

Análisis: El 63% de los encuestados consideran que les gustaría recibir aportes en cuanto a tecnología por parte de las empresas privadas, mientras que el 13% le gustaría aportes en infraestructura, y el 12% en cuanto a salud y alimentación.

Interpretación: La prioridad en cuanto a la ejecución de los recursos económicos resultantes de las posibles aportaciones, se efectuarán en cuanto al equipamiento tecnológico, ya que es de mayor importancia tanto para la comunidad, así como para la escuela.

4.4. Discusión de resultados muestra B

Las encuestas realizadas permitieron tener una visión clara de las necesidades actuales, de la escuela Luis Antonio Aguilar, las aportaciones del gobierno, su tiempo y tipo de contribución, así como su criterio acerca de si les gustaría recibir ayuda de empresas y privadas y qué tipo de colaboración; con ésta información se puede hacer la siguiente discusión de resultados.

Según la tabla 9 representada en la figura 8, las condiciones actuales de la escuela Luis Antonio Aguilar son buenas, pero carecen de mantenimiento por parte del gobierno y sus organismos seccionales, dejando las instalaciones a merced de las condiciones climáticas de la Amazonía. Sin embargo la comunidad ha sido quien a través de mingas colectivas puedan contribuir con la limpieza y mantenimiento de la institución.

Según la tabla 9 representada en la figura 9, no existe tecnología educativa en la escuela Luis Antonio Aguilar ya que no poseen equipos de cómputo, lo que ocasiona que no puedan acceder a la tecnología necesaria para emprender actividades acordes a la misma, así como el retraso en los aprendizajes informáticos necesarios para desarrollar su capacidad intelectual.

Según la tabla 11 representada en la figura 10, los recursos que reciben por parte del gobierno y por ende sus organismos seccionales son, alimentación, salud, materiales didácticos e infraestructura, es decir recursos que se recibe por ley en todo establecimiento educativo, aunque es importante recalcar que en éste tipo de comunidades la ayuda no llega tan frecuentemente. Sin embargo la tecnología es un factor olvidado por parte del sector público ya que no existe y no tiene indicios de que se encuentre en planificación, puesto que son años de padecimiento de este bien primordial para el desarrollo del establecimiento y de la comunidad.

Según la tabla 12 representada en la figura 11, en cuanto a priorizar los recursos que amerita actualmente la escuela Luis Antonio Aguilar, se encuentra la tecnología, ya que es una necesidad que debe y requiere ser satisfecha ya que es un derecho que está siendo demandado pero que no tiene la oportunidad de ser atendido, así también en menor escala se encuentra la infraestructura y su mantenimiento, seguida de los recursos que entrega el gobierno a través de sus organismos seccionales como alimentación, salud y materiales didácticos.

Según la tabla 13 representada en la figura 12, la ayuda que recibe la escuela Luis Antonio Aguilar por parte del gobierno, es en mayor votación mayor a un año, es decir que si bien recibe aportes por parte del sector público, lo recibe a un tiempo prácticamente no meritario, aumentando la necesidad de recursos, provocando un alto déficit de aprendizaje y deteriorando el bienestar humano educativo tanto de los estudiantes como el de la comunidad.

Según la tabla 14 representada en la figura 13, tanto la escuela Luis Antonio Aguilar, así como la comunidad de San Jacinto de Pindo recibe aportaciones esporádicas por parte de fundaciones misioneras, cuya labor social, es emprender actos de buena voluntad hacia sectores de mayor vulnerabilidad económica, basándose en aportes alimenticios y de salud para los pobladores del sector.

Según la tabla 15 representada en la figura 14, el total de los encuestados concuerdan con el hecho de estar dispuestos a recibir ayuda por parte de empresas u organismos privados, en beneficio a la educación escolar ya que es la menos favorecida y la que más demanda atención en pro del desarrollo académico escolar.

Según la tabla 16 representada en la figura 15, los aportes que actualmente la escuela Luis Antonio Aguilar requiere es la de tecnología, refiriéndose a equipos de cómputo, que les permita tener un nuevo aprendizaje en cuanto al manejo informático, así como acceder a un nuevo medio que motive y permita el desarrollo intelectual de los niños y de la comunidad

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Elaboración de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, para la Cooperativa de ahorro y crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

El modelo de Gestión de Responsabilidad Social Corporativo que se presenta en base a los principios de responsabilidad social, trata de combinar beneficios y principios empresariales que mejoran las relaciones con los grupos de interés. La base del modelo se encuentra en el conjunto de políticas transversales y buenas prácticas verificables, alineadas a los objetivos y valores organizacionales. Con estas acciones la empresa mejora su competitividad, sustentabilidad y la calidad de vida de sus grupos de interés

5.1 Fase 1: Preparación

Implica identificar los beneficios que el Plan de Responsabilidad Social puede aportar a la empresa, así como las dimensiones que debe abarcar una vez quieran alcanzar su filosofía empresarial.

- Captación de nuevos clientes.
- Mejora de la relación con el entorno.
- Nuevas estrategias de comunicación.
- Atracción de medios.
- Mejora de la imagen corporativa y la reputación.
- Posicionamiento y diferenciación empresarial
- Incremento de la notoriedad.
- Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.
- Evitar publicidad negativa, boicots e imagen pública dañada.
- Obtención de descuentos publicitarios.

5.1.1 Dimensiones abordadas por la responsabilidad social

Tabla17: Dimensiones de Responsabilidad Social, enfocados a la filosofía de la cooperativa

Dimensión	Objeto de la dimensión en el impacto del grupo de interés	Ejecución del objetivo
Económica	Continuar creciendo de forma sostenible, rentable y transparente	De esta forma se promueve una relación de confianza con los actores económicos presentes en la sociedad y se busca la predilección y lealtad de sus clientes, en pro de hacer sostenible a la empresa a largo plazo
Social	Contribuir al desarrollo sostenible y a una mejor calidad de vida de los sectores más vulnerables	Se promoverá acciones de equipamiento de recursos tecnológicos, para llevar a cabo actividades que generan bienestar social, orientados al fortalecimiento de la educación en todas sus formas, así como otras causas humanitarias que lo requieran.
Humanas	Promover el desarrollo personal y colectivo de todos los grupos de interés de la cooperativa	Se buscará la mejora permanente del lugar de trabajo, y el desarrollo de los colaboradores, mediante programas de formación y capacitación, así como la aplicación de buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional, el derecho a la libre asociación, y el otorgamiento de beneficios más allá de las exigencias legales del país.
Ambiental	Disminuir al mínimo el impacto ambiental de las operaciones, y el que generan los clientes y empleados de la Cooperativa	Se reconocerá la problemática ambiental, como un desafío urgente que demanda acciones concretas.

Fuente: Investigación de campo

5.2. Fase 2: Diagnóstico

Su finalidad es que la empresa pueda jerarquizar sus áreas de intervención en función de sus líneas estratégicas, de su impacto y de sus capacidades técnicas y económicas para llevarlas a cabo. Riveros Silva, P. E. (2007).

5.2.1 Análisis de la situación interna y externa de la cooperativa

El análisis de la situación interna y externa en la que se desenvuelve la cooperativa, permite identificar las oportunidades y amenazas, para este estudio se consideran a los “Stakeholders” o grupos de interés, estos se refieren a la persona, grupo de personas u organización que pueden estar directa o indirectamente relacionadas con la institución, debido a que las acciones, objetivos o políticas organizacionales podrían afectarlas. Argondoña, A. (1998).

Las organizaciones pueden tener varios tipos de stakeholders cada cual con diferente nivel de involucración, compromiso o influencia y muchas veces con intereses diferentes y en conflicto, a los que se los puede clasificar en:

- **Público Interno:** son los que forman parte de la estructura interna de la empresa (accionistas o directivos; trabajadores)
- **Público Externo:** están relacionados indirectamente con la empresa (clientes, consumidores, proveedores, la comunidad, el medio ambiente)

Para el análisis de la realidad interna y externa de la cooperativa, se aplica la técnica FODA, que permite identificar y evaluar los factores positivos (fortalezas y oportunidades) y negativos (debilidades y amenazas) para adoptar decisiones sobre objetivos, cursos de acción y asignación de recursos sustentados en este análisis. Accountability, United Nations Environment Programmer, Stakeholder Research Associates Canada Inc. (2006).

Tabla 18: Análisis FODA de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Infraestructura propia	Falta de políticas internas referentes a responsabilidad social- código de ética
Sucursales: Napo, Tungurahua, Morona Santiago, Pastaza	Falta de actualización de los manuales administrativos
Disponibilidad económica	Falta de modelos de gestión de responsabilidad social
Políticas de crédito bien definidas	Falta de respaldo documental en cuanto a prácticas sociales
Estructura organizacional bien definidas	Falta de departamentos notablemente constituidos: Departamento Marketing-Desarrollo Social
Captación de socios menores de edad (representante legal)	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Incremento de nuevos socios	Competencia: Cooperativa San Francisco Ltda., Cooperativa de la Pequeña Empresa de Ambato, Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Ayuda al desarrollo de las microempresas	Nuevos servicios de la competencia: Servicios Médicos, Seguro de Desgravamen.
Oferta de líneas de créditos potenciales a bajo costo	Programas de Gobierno: Bono de desarrollo humano, Becas estudiantiles.
Convenios empresariales.	Inestabilidad económica del país.
Cobertura en el mercado.	Cambios en el entorno social: estructuras organizacionales, distribución de riquezas, cultura.
Existen recursos enviados por migrantes	

Fuente: Investigación de campo

Análisis Interno: De acuerdo con lo observado y establecido en el cuadro anterior, las fortalezas de la cooperativa la han llevado a lo que actualmente es, una empresa financiera sólida en el mercado crediticio, sin embargo dentro de sus debilidades se encuentran la falta de labores de responsabilidad social o de verdadera gestión social, claves para un mejor desenvolvimiento y desarrollo empresarial

Análisis Externo: De acuerdo con lo observado y establecido en el cuadro anterior, se puede analizar que las amenazas no representan un valor cualitativo significativo para la cooperativa, ya que las oportunidades son medibles a largo plazo y tiene grandes alternativas de crecimiento en el mercado crediticio, ya están siendo ejecutadas y están dando resultados favorables.

5.2.2 Análisis de los siete ejes de Responsabilidad Social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

Antes de establecer el plan de responsabilidad social, se vio conveniente realizar una encuesta que permita evaluar los siete ejes de la Responsabilidad Social, para analizar los que se estaban usando y así priorizar los que más trabajo y enfoque necesitan. Quién realizó el cuestionario fue la Ing. Marcia Gamboa coordinadora de Desarrollo Social. (Ver Anexo 7) según: http://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/Guia_de_apliacion.pdf

1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.
2. Proveedores.
3. Público Interno.
4. Medio ambiente.
5. Clientes consumidores.
6. Comunidad.
7. Gobierno y Sociedad

Resultados: de 0.81 a 1.19

Su empresa ya realiza acciones en el ámbito de la Responsabilidad Social. Realice un análisis más detallado del cuestionario, verificando en qué temas obtuvo una puntuación más alta y qué contribuyó a ese resultado. Busque prácticas positivas de Responsabilidad Social e ideas sobre cómo desarrollar acciones creativas y formas de superar obstáculos. (Ver Anexo 7)

5.2.3 Los grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

Figura: 16: Grupos de interés la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza



Fuente: Investigación de campo

Análisis: La cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, mantiene una constante interacción con sus grupos de interés, ya que son parte de sus convenios, programas y demás actividades diarias por su actividad financiera, sin embargo en cuanto al desarrollo consecutivo de labores sociales, no tiene un plan a seguir, tan solo actividades espontáneas con la comunidad, que se derivan de peticiones temporales y de una sola ocasión (Ver Anexo 6), que no requieren de una gestión de índole social, y que actualmente son necesarias para mantener respaldo de dichas actividades que a futuro serán indispensables para el desarrollo de memorias de sostenibilidad, reconocimientos y certificaciones de entidades entendidas en Responsabilidad Social. Por lo tanto es allí donde se debe dar prioridad ya que de todos los análisis realizados a la empresa, se concluye que es la comunidad donde debe establecerse un plan de Responsabilidad Social.

Una vez identificado el grupo de interés, se establecieron las técnicas de recolección de datos, se representaron en tablas y gráficos analizados en el capítulo IV (Ver pág. 41)

5.3. Fase 3. Planificación estratégica y operativa.

Requiere definir con claridad las estrategias a seguir y las operaciones que deben seguirse para lograr las metas. Riveros Silva, P. E. (2007).

5.3.1 Metodología para la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Corporativa

Para la elaboración del plan, se establece cada fase con sus actividades correspondientes

Tabla 19: Metodología para la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Corporativa

FASE	OBJETIVO	ACTIVIDADES
FASE 1	<ul style="list-style-type: none"> Preparación 	<ul style="list-style-type: none"> Definir los beneficios a perseguir con el plan Dimensiones del plan para la cooperativa Identificación de la dimensión a abordar
FASE 2	<ul style="list-style-type: none"> Diagnostico interno-externo 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis FODA Análisis de los 7 ejes de Responsabilidad Social Identificación del grupo de interés
FASE 3	<ul style="list-style-type: none"> Planificación estratégica y operativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Metodología para la elaboración del plan Participantes y actividades Cronograma de planificación del plan Herramientas y tipos de medición del plan Control y medición del plan
FASE 4	<ul style="list-style-type: none"> Implantación 	<ul style="list-style-type: none"> Filosofía empresarial (Misión, visión valores) Objetivos estratégicos Justificación Áreas de impacto Aprobación y activación de la planificación del plan
FASE 5	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento y medición 	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas de medición y certificación de Responsabilidad Social

Fuente: Investigación de campo

El desarrollo de las fases se han planteado en base a una metodología que fomenta la participación de los diferentes equipos de trabajo, implicados y organizados en cinco niveles de intervención, tal y como se resume en el cuadro siguiente:

Tabla 20: Participantes y funciones del Plan de Responsabilidad Social Corporativo

FASES	Comunidad San Jacinto – Escuela Luis Antonio Aguilar	Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza	Actividades
FASE 1	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de la comunidad • Representante de la escuela 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Junta directiva • Coordinadora de Responsabilidad Social 	<ul style="list-style-type: none"> • Designación del equipo de trabajo responsable de la elaboración del plan. • Designación del representante del jefe de la comunidad en caso de ausencia • Designación del representante de los padres de familia.
FASE 2	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de la comunidad • Representante de la escuela • Representante de los padres de familia 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora de Responsabilidad Social • Equipo de trabajo designado 	<ul style="list-style-type: none"> • Designación de las actividades de cada área, para la recolección de datos estadísticos • Preparación de cuestionarios y demás implementos para la recolección de información
FASE 3	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de la comunidad • Representante de la escuela 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora de Responsabilidad Social • Equipo de trabajo designado 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la planificación de cada área en tiempo y lugar
	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora de Responsabilidad Social 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de cada área planificada en cada uno de los

FASE 4	<ul style="list-style-type: none"> Representante de la escuela 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de trabajo designado 	lugares especificados, así como en tiempo de inicio y finalización de la actividad
FASE 5	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de la comunidad Representante de la escuela 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinadora de Responsabilidad Social Equipo de trabajo designado 	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de las herramientas de medición del plan

Fuente: Investigación de campo

Una vez definidos los participantes y sus funciones, a continuación se presenta un cronograma indicativo del desarrollo de cada fase y sus acciones, con el objetivo de establecer fechas de ejecución, para que cada participante tenga a su consideración un límite de tiempo para cada actividad.

Tabla 21: Cronograma para la planificación del Plan de Responsabilidad Social

FASE	ACTIVIDADES	OCTUBRE									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FASE 1	Identificar los beneficios del Plan	x									
	Análisis de las dimensiones del plan para la cooperativa	x									
	Identificación de la dimensión a abordar	x									
FASE 2	Análisis FODA		x								
	Análisis de los 7 ejes de responsabilidad social			x							
	Grupo de interés de la empresa			x							
	Identificación del grupo de interés a quien se va a beneficiar			x							
FASE 3	Definir la metodología del plan				x						
	Participantes y funciones					x					
	Cronograma de actividades					x					
FASE 4	Implementación del plan						x	x	x	x	x
FASE 5	Seguimiento y medición del plan						x	x	x	x	x

Fuente: Investigación de campo

Tabla 22: Herramientas nacionales e internacionales de seguimiento y control del Plan de Responsabilidad Social

Herramienta Nacionales	Herramienta Internacionales
El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES):	La Global Reporting Initiative (GRI)
El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial(IRSE)	La Norma internacional ISO 26000
Red del Pacto Global de Naciones Unidas en Ecuador.	Sistema de Gestión Empresarial SGE 21:
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES)	La AA1000APS (2008)
El Sello Hace Bien:	NORMA WORLDCOB:CSR-2011.2
El Sello Hace Mejor	Indicadores PLARSE.

Fuente: Investigación de campo

5.4. Fase 4 Implementación

Esta etapa comprende la aplicación de las acciones y medidas necesarias para ejecutar los procesos definidos en la planificación, con los recursos asignados y la delegación de tareas que permitan lograr con mayor eficacia la aplicación del plan, e impulsen la consecución de los objetivos. Molins Pera, M. (1998).

5.4.1 Filosofía empresarial

La misión, visión y principios son elementos claves de la planificación estratégica, permiten a las instituciones ubicarse y enfocar sus acciones en congruencia con la filosofía de la organización. Correa, E., Flynn, S., & Amit, A. (2004).

5.4.2 Misión:

Hacemos realidad los sueños de nuestros socios a través de servicios financieros oportunos y de calidad, sustentados en una adecuada tecnología, con sólidos valores institucionales que permita el desarrollo social y económico de nuestros socios y de la comunidad.

5.4.3 Visión:

En el año 2015 la CACPE PASTAZA fortalecerá su liderazgo y se mantendrá como la entidad financiera líder de la Región Amazónica y parte de la Sierra Central, a través de servicios financieros de calidad, fundamentados en prácticas honestas, transparentes y con altos niveles de responsabilidad social, buscando continuamente el desarrollo socioeconómico de los socios y de la comunidad.

5.4.4 Valores:

- **Honestidad:** Expresado a través de la realización del trabajo diario que se efectúa con absoluta transparencia, para ayudar al crecimiento de quienes reciben nuestro servicio y también de quienes lo generan
- **Responsabilidad:** Expresada a través del trabajo eficiente y en equipo que busca tomar y ejercer las mejores decisiones para sus clientes
- **Lealtad: Interna y Externa:** que comprende el manejo cauto de la información, en el trabajo constante y respetuoso de todos los miembros de la Cooperativa, en el ejercicio responsable de cada una de sus funciones

5.4.5 Objetivos:

General

Elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, para la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, para contribuir con el desarrollo académico de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo.

Específicos:

- Realizar un diagnóstico general de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, a través de un análisis FODA y de los 7 ejes de responsabilidad social, identificando sus áreas de mayor atención
- Definir con claridad la filosofía empresarial de la cooperativa, para establecer las actividades que correspondan al Plan de Responsabilidad Social
- Definir las fases que serán ejecutadas durante la elaboración del plan para el logro de sus objetivos.
- Establecer las actividades que se emprenderán para el desarrollo de cada fase, en función de sus objetivos
- Elaborar el plan de responsabilidad social basado en el modelo de gestión empresarial, de acuerdo a las fases establecidas a lo largo de la propuesta.

5.4.6 Estrategias

- Impulsar la creación de un departamento de Responsabilidad Social Corporativa en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, para el desarrollo de planes, programas técnicos y de transferencia de tecnología, enfocados en las potencialidades productivas de los centros, comunidades, instituciones y grupos de interés previamente identificadas.
- Definir los objetivos y alcances de las operaciones del plan de Responsabilidad Social
- Medir la efectividad de los planes de interacción con la comunidad y los programas de inversión social.
- Llevar a cabo la validación de programas y temáticas para dar continuidad y seguimiento a las actividades sociales establecidas en la comunidad San Jacinto del Pindo, así como

las que permitan detectar nuevas necesidades en las comunidad aledañas, a las que la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza pueda contribuir.

- Establecer alianzas que permitan impulsar, identificar y obtener otras fuentes de recursos, para los programas de desarrollo social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, en las que se pueda afianzar su gestión de apoyo a la comunidad San Jacinto del Pindo y la escuela Luis Antonio Aguilar.

5.4.7 Justificación del Plan

Considerando que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pequeña Empresa de Pastaza, financieramente se encuentra en la posibilidad de realizar buenas prácticas sociales (Ver Anexo 6), en beneficio de la educación escolar, se presenta la propuesta que responde a un trabajo de investigación sistemático, previamente valorado que tiene como finalidad elaborar una guía con lineamientos teóricos para la implementación de un plan, como herramienta que fomenta la transparencia no solo en el desempeño financiero, ya que actualmente la sociedad es más exigente y requiere otro tipo de información que brinden evidencia de las acciones que se realizan a favor de la comunidad. Es así que se ha tomado en cuenta a la comunidad San Jacinto del Pindo, cuyas características sociales y económicas fueron tomadas en cuenta para desarrollar prácticas sociales en beneficio del bienestar académico. (Ver pág. 38 Anexo 3-4) Por tanto es en ésta comunidad específicamente en la escuela Luis Antonio Aguilar, donde se pretende elaborar un plan de equipamiento tecnológico, para mejorar el desempeño académico de los niños(as) que no cuentan con ningún tipo de instrumento tecnológico y que requieren de ello, para establecer nuevos parámetros de excelencia académica comunitaria.

5.4.8 Áreas de Impacto

Las áreas de impacto fijadas como metas reflejan el interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, por generar cambios significativos y medibles en la vida de los pobladores de la comunidad San Jacinto del Pindo.

- Establecer iniciativas eficientes dentro del área de la educación, para contribuir socialmente con las necesidades más relevantes de la comunidad, y de los centros educativos de la zona como la escuela Luis Antonio Aguilar.
- Fomentar y dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente aquellas enfocadas en la capacitación y educación escolar.
- Incrementar la tasa de escolaridad a nivel técnico por medio de la dotación de equipos de cómputo, en los sectores de mayor vulnerabilidad del cantón Pastaza, como la comunidad San Jacinto del Pindo.

5.4.9 Detalle del Plan

- **Lugar de desarrollo:** Comunidad San Jacinto del Pindo, cantón y provincia de Pastaza.
- **Actores participantes:** Escuela Luis Antonio Aguilar– Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza.
- **Tiempo de campaña:** De acuerdo al cronograma
- **Fecha de inicio:** En aprobación.
- **Actividad:** Equipamiento tecnológico.

Tabla 23: Activación de la metodología del Plan de Responsabilidad Social

FASE	OBJETIVO	ACTIVIDADES
FASE 1	<ul style="list-style-type: none"> Preparación 	<ul style="list-style-type: none"> Definir el plan de trabajo con los directivos de la Cooperativa Aprobación del plan Constitución de un equipo de trabajo interdepartamental Capacitación del equipo de trabajo (compromiso, responsabilidades y planificación)
FASE 2	<ul style="list-style-type: none"> Diagnostico interno-externo 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de las técnicas de recolección de datos internas – externas, por el equipo de trabajo designado Identificación del grupo de interés Recolección de datos al grupo de interés por el equipo de trabajo designado Presentación de resultados
FASE 3	<ul style="list-style-type: none"> Planificación estratégica y operativa 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los resultados Elaboración de la propuesta de la metodología del plan Control del cumplimiento del cronograma de trabajo por la coordinadora del departamento Presentación de la propuesta a la junta directiva Correctivos del plan
FASE 4	<ul style="list-style-type: none"> Implementación 	<ul style="list-style-type: none"> Aprobación de la metodología del plan Definición de la filosofía, objetivos, estrategias y áreas de impacto de acuerdo a lo establecido en la planificación Desarrollo y control documental Registros
FASE 5	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento y control 	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de canales de control Definición de contenidos de cada instrumento de control Difusión de la información de acuerdo a los indicadores Mejora continua

Fuente: Investigación de campo

Tabla 24: Activación y de las funciones directas de cada participante en el plan de responsabilidad social

NIVEL Y PARTICIPANTES	FUNCIONES	FASES DE PARTICIPACIÓN
FASE 1: Gerente – junta directiva	<ul style="list-style-type: none"> • Designación del equipo de trabajo responsable de la elaboración del plan. 	Fases 1, 2, 3 y 4
FASE 2: Coordinadora de Responsabilidad Social - Equipo de trabajo designado-comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico general sobre los 7 ejes de Responsabilidad Social. • Aportación de técnicas de recolección de datos • Valoración de las propuestas recibidas del equipo de trabajo, a través del proceso de consulta. 	Fases 1, 2,3
FASE 3: Coordinadora de Responsabilidad Social - Equipo de trabajo designado	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de los documentos y propuestas de trabajo para la priorización del Plan. • Discusión y aprobación de los criterios de elaboración y clasificación de iniciativas y acciones. • Planificación de las acciones aprobadas sobre el plan • Dirección, supervisión y correctivos de la metodología del plan 	Fase 2
FASE 4: Coordinadora de Responsabilidad Social – Equipo de trabajo designado	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y control documental de la propuesta • Presentación • Registros 	Fase 3
FASE 4: Coordinadora de Responsabilidad Social – Equipo de trabajo designado	<ul style="list-style-type: none"> • Definición y aplicación de contenidos de cada instrumento de control 	Fase 4

Fuente: Investigación de campo

Tabla 25: Cronograma de implementación del plan de Responsabilidad Social

FASE	ACTIVIDADES	OCTUBRE (semanas)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FASE 1	Diseño y aprobación del Plan	x									
	Constitución del equipo de trabajo interdepartamental	x									
	Formación – Capacitación		x								
FASE 2	Análisis interno			x							
	Identificación del grupo de interés			x							
	Aplicación de técnicas de recolección de datos				x						
	Representación de datos				x						
FASE 3	Planificación de la metodología del plan					x					
FASE 4	Implementación de las actividades y actores del plan						x	x	x	x	x
FASE 5	Seguimiento y medición							x	x	x	x

Fuente: Investigación de campo

5.5. Fase 5: Seguimiento y control

Los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos, indicadores del triple resultado, económico, social y ambiental.

Los indicadores constituyen una herramienta para medir impactos y para concretar resultados. El uso de indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados. De ahí la importancia de que los indicadores se utilizan continuamente a lo largo del ciclo de vida de la empresa. De esta manera, ayudan a medir el progreso de una empresa hacia sus objetivos y, en consecuencia, la dirección puede saber que se está ejecutando su estrategia y corregir aquellas áreas y/o procesos que no cumplan con las expectativas.

A continuación se presentan las herramientas de seguimiento y control de responsabilidad social, que otorgan certificaciones o sirven de guía para el buen uso de las normas sociales.

Tabla 26: Indicadores de seguimiento y control para el plan de responsabilidad social corporativo

Herramienta Nacionales	Herramienta Internacionales
<p>El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES):</p> <p>Busca involucrar, sensibilizar y apoyar a las empresas a gerenciar sus negocios de manera socialmente responsable, para que se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible.</p>	<p>La Global Reporting Initiative (GRI)</p> <p>La Guía GRI de elaboración de Reportes de Sustentabilidad tiene por objeto ayudar a las organizaciones a elaborar informes que den cuenta de su desempeño económico, social y ambiental. La guía cuenta con indicadores y protocolos de medición y es flexible a la realidad de la organización.</p>
<p>El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial(IRSE)</p> <p>Inculca a que las acciones empresariales y sus metas no descuiden los valores auténticos que permitan el desarrollo de la persona, el bienestar de la sociedad, el cuidado del medio ambiente y la consolidación del desarrollo sostenible.</p>	<p>La Norma internacional ISO 26000</p> <p>Guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo</p>
<p>Red del Pacto Global de Naciones Unidasen Ecuador.</p> <p>Iniciativa voluntaria, en la cual las organizaciones se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción</p>	<p>Sistema de Gestión Empresarial SGE 21:</p> <p>Es la primera herramienta que pone a disposición de las organizaciones una sistemática enfocada a la integración voluntaria de sus preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las relaciones con sus grupos de interés.</p>
<p>Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES)</p> <p>Con esta autoevaluación se entregará un informe que le permitirá conocer cuál es el estatus de la RSE de su empresa y una hoja de ruta con las acciones que podrá seguir para la mejora continua.</p>	<p>La AA1000APS (2008)</p> <p>Se dirigen a organizaciones que desarrollan un enfoque responsable y estratégico de la sostenibilidad. Ayudarán a dichas organizaciones a entender, gestionar y mejorar su desempeño en materia de sostenibilidad.</p>

<p>El Sello Hace Bien:</p> <p>Tiene como objetivo reconocer a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales y han incorporado un componente de buenas prácticas empresariales.</p>	<p>NORMA WORLD COB:CSR-2011.2</p> <p>Busca promover la implementación y mantenimiento de programas de autogestión basados en principios de mejores prácticas empresariales, que permitan el desarrollo continuo de los aspectos Económico, Social y Ambiental de las empresas</p>
<p>El Sello Hace Mejor:</p> <p>Tiene por objetivo el reconocimiento a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales. Para alcanzar el Sello Hace Mejor, las empresas necesariamente deben haber obtenido previamente el Sello Hace Bien.</p>	<p>Indicadores PLARSE.</p> <p>Son todas aquellas iniciativas implementados por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones -ya sean en dinero, tiempo y recursos (programas de voluntariado, etc.), productos, servicios, conocimientos u otros recursos- dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera.</p>

Fuente: Investigación de campo

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Como resultado del diagnóstico de los siete (7) ejes de responsabilidad social, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, se pudo determinar que la empresa ya realiza acciones de ámbito social temporales, pero que aún no posee una gestión orientada a la responsabilidad social, en especial en áreas de la comunidad externa con necesidades de equipamiento académico.
- Es evidente que la responsabilidad social debe ser parte del ADN de la empresa, por lo que fue necesario establecer la filosofía de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza, manteniendo de esta manera fidelidad con lo que se pretende lograr.
- Al elaborar las fases correspondientes al modelo de gestión empresarial, se necesitó como parte de los recursos, a un equipo dedicado a la consecución de los nuevos objetivos sociales de la cooperativa, dedicado a la preparación, diagnóstico, planificación, seguimiento y control del Plan de Responsabilidad Social.
- Al establecer las actividades para el desarrollo de cada fase, se pudo realizar una valoración objetiva de la empresa, aduciendo que dentro del plan general existe la disponibilidad de recursos económicos y humanos, para continuar con la implementación de planes, que permitan mejorar con cada uno de sus grupos de interés, en función de sus nueva filosofía empresarial
- Al llevar a cabo el proceso de análisis de las encuestas correspondientes, se puso constatar que si existe tanto la necesidad de adquisición, así como la apertura para aceptar aportes por parte de entidades privadas, cuyas prácticas sociales beneficien a la escuela Luis Antonio Aguilar y por ende a la comunidad San Jacinto del Pindo donde está establecida.

6.2 Recomendaciones

- Considerar que las normas establecidas mundialmente tienen varios enfoques y criterios diversos que no necesariamente pueden ser aplicables a la empresa o su giro de negocio como tal, en especial aquellas que son certificables, por lo que se debe realizar un acoplamiento considerando las particularidades de cada compañía.
- Se sugiere dar a conocer y concientizar a las empresas respecto a las 4 dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial: clientes, recursos humanos, comunidad y medio ambiente, lo que les llevará a ser consideradas como socialmente responsables en un ámbito completo y no parcializado como se acostumbra en la práctica.
- La cooperativa como institución financiera apegada a los principios cooperativistas, debe buscar la participación mayoritaria de los socios y funcionarios, mediante la capacitación y educación de los mismos, con el fin de que se involucren en la administración y así contar con personas capacitadas, comprometidas y líderes en el trabajo con la cooperativa.
- La cooperativa por medio de sus funcionarios debe realizar en forma permanente campañas de responsabilidad social de toda índole, partiendo desde su lugar de trabajo como ahorro de energía, papel, clasificación de desechos, involucrándose en el tema y aportar para su cumplimiento.
- La cooperativa debería difundir el tema de la responsabilidad social a todos los grupos de interés que intervienen en su desarrollo, a fin de que involucren y aporten para su cumplimiento.
- Continuar con el plan de Responsabilidad Social, integrando a todos sus grupos de interés trazados para el futuro.
- Iniciar la implementación del plan de acción de mejora con respecto al grupo de interés: la comunidad.

Bibliografía

- AGÜERO, F., (2002) La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Escuela de Estudios Internacionales, Universidad de Miami.
- ARGONDOÑA, A. (1998). La Teoría de los Stakeholders y el Bien común. España: IESE Business Scholl - Universidad de Navarra.
- BENBENISTE, S., (2002) El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema. Programa Doctoral: PHD in Management Sciences (ESADE).
- BENBENISTE, S., (2002) El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema. Programa Doctoral: PHD in Management Sciences (ESADE). Boletín Económico de Información Comercial Española. 2813, 45-58
- BOSY, F., Miraglia, A. y Fernández, K., (2005), Proceso de modelización estratégica de las dinámicas de gestión sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las sociedades de riesgo. Instituto Internacional para el Pensamiento Complejo (IIPC), de la Universidad del Salvador, Buenos Aires
- BUENO, E; CRUZ, I; DURAN, J.J. (1989): Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Ed. Pirámide, Madrid
- CASTILLO. C.,. (2005). La Responsabilidad Social de la Empresa y los consumidores. Presentado en el Encuentro Nacional de Organizaciones de Consumidores: 31 de Marzo y 1 de Abril de 2005. [en línea]Buenos Aires, Argentina. Consejo Consultivo de los Consumidores <http://www.mecon.gov.ar/secdef/basehome/comision7.pdf> [consulta: Junio 2006].

- CERES Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social -. (2008). Responsabilidad Social Empresarial mis primeros pasos. Quito: Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES.
- CORREA, E., FLYNN, S., & AMIT, A. (2004). Responsabilidad Social Corporativa en América Latoma: una visión empresarial. Santiago de Chile: Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- CUERVO, A. (1981): "Bases para una justificación del balance social". En: VV.AA (1981): El Balance Social de la Empresa y las Instituciones Financieras. Banco de Bilbao, Madrid.
- De la Cuesta, M. (2004): La responsabilidad social de las empresas: compromisos y buenas prácticas en materia de RSC, Jornadas de economía alternativa y solidaria, BBK, Bilbao, 18, 19 y 20 octubre 2004
- DERES. Algunos beneficios de ejercer la RSE [en línea] <http://www.deres.org.uy/index.php?id=60&type=0> [consulta: Junio 2005].
- DIEZ DE CASTRO, E.P. (1982): "La contribución de la empresa a los objetivos de la comunidad". En: Temas Actuales de Gestión de Empresas. Ed. Publicaciones del C.U.R., Sevilla.
- GARCÍA, G.; KUNZ, M.; DUBOIS L. (2003). Responsabilidad Social Empresarial: Una inversión rentable. [en línea] [http:// www.sofofa.cl/mantenedor/detalle.asp?p=12&s=1201&n=10284](http://www.sofofa.cl/mantenedor/detalle.asp?p=12&s=1201&n=10284) [consulta: Marzo 2006].
- GONZÁLEZ GARCÍA Ignacio 2003, Responsabilidad Social Empresarial [en línea] buenos Aires, Argentina Abril de 2003 [www.ideared.org / doc/ RSE_una_vision_integral.pdf](http://www.ideared.org/doc/RSE_una_vision_integral.pdf) [consulta: Junio 2006].
- GRI (2006): Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Disponible en: http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/415F297B-5289-4160-8B6C-7CC034D5BE52/0/G3_GuidelinesESP.pdf

- GRI (2006): Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Disponible en: http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/415F297B-5289-4160-8B6C-7CC034D5BE52/0/G3_GuidelinesESP.pdf
- KASCHEL, C,. (2003). Responsabilidad social empresarial en Chile. Análisis de la calidad de vida laboral. Memoria de Ingeniero Comercial. Valparaíso, Universidad de Valparaíso. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- LIZCANO, J. L.; MONEVA J,M. (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. [en línea] España. <http://www.aeca1.org/revistaeca/revista68/15artrev68.htm#arriba> [consulta: Marzo 2006].
- MARTÍN LÓPEZ, E. (1981): "El balance social de la empresa desde la perspectiva sociológica". En VV.AA. (1981): El balance social de la empresa y las instituciones financieras. Ed. Banco de Bilbao, Madrid.
- MARTÍNEZ H, H. (2005). La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio. Facultad de ciencias económicas – Universidad Javeriana: Bogotá.
- MOLINS P, M. (1998). Teoría de la Planificación. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación - Universidad Central de Venezuela.
- MONGE Raimundo Z [s.a.]. La ética empresarial como ventaja competitiva [en línea] chile. <http://www.duoc.cl/formacion/documentos/conferencias/monje.html> [consulta: Junio 2006]
- OLCESE, A., RODRÍGUEZ, M. Á., & ALFARO, J. (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. Madrid: McGraw- Hill.
- PERDIGUERO, T. y García Reche, A., (2005) La Responsabilidad Social De Las Empresas y Los Nuevos Desafíos De La Gestión Empresarial. España, Editorial Universidad de Valencia

- PÉREZ DOMÍNGUEZ, Fernando, (2005), Instrumentos de la RSE: criterios de clasificación. Observatorio sobre Responsabilidad Social de la Empresa y Relaciones Laborales (Observatorio Laboral On-Line del CARL).
- PUTERMAN S., P., (2005) Una propuesta de Responsabilidad Social Empresarial. Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela
- Responsabilidad Social Corporativa [s.a.]. [en línea] Chile. http://www.casapaz.cl/mainareasdetrabajo_resp_soc.htm [consulta: Mayo. 2014].
- RAIMUNDO M. Z., [s.a.]. La ética empresarial como ventaja competitiva [en línea] Chile. <http://www.duoc.cl/formación/documentos/conferencias/monje.htm> [consulta: Mayo. 2014].
- REYNA, F., (2005) La Responsabilidad Social Empresarial: una estrategia de negocios. Comité de Alianza Social de VenAmCham, IESA.
- RIVEROS S, P. E. (2007). Sistema de Gestión de la calidad del servicio. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- RODRÍGUEZ, J.M. (2007): Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Ekonomiaz* 65, 12-49
- SCHWARTZ, P. (1981): “La empresa como soporte de la visión empresarial”. En: VV.AA. (1981): *El Balance Social de la Empresa y las Instituciones Financieras*. Banco de Bilbao, Madrid.
- SUDREAU, P., pres. (1975): Informe del Comité de Estudio para la Reforma de la Empresa (Presidido por P. Sudreau). Ed. Mapfre, Madrid.
- SULBARÁN, J.P., “El concepto de responsabilidad social de la empresa” en *Revista Economía*, Nº 10, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes.

- TAMAYO, M., (2003), metodología de la investigación, Limusa s.a.
- TEIXIDÓ, S., CHAVARRI, R. y CASTRO, A., (2002) Responsabilidad social: 12 casos empresariales en Chile. México, Editorial Prehumana.
- United Nations for Global Compact [en línea] www.unglobalcompact.org
- VITERI MOYA, J. R. (2007). La universidad y la responsabilidad social empresarial. Revista Campus UTE N° 46, 10.
- VIVES, A. (2011) La Responsabilidad Social de la empresa ante la Sociedad. USA. Banco Interamericano de Desarrollo.
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SOCIAL DEVELOPMENT (WBCSD) [en línea] www.wbcsd.org [consulta: Junio 2014].

ANEXOS

Anexo 1

Oficios de legalidad UTPL (Puyo) – Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

 UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja



MODALIDAD DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

Pablo Carrillo, DIRECTOR COORDINADOR DEL CENTRO PROVINCIAL PUYO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA,

CERTIFICA:

Que, la Ing. KATIUSKA GABRIELA GARCÍA RUANO con cédula N° 1600542938 se encuentra EGRESADA de la MAESTRIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL y está en la etapa de elaboración de su TESIS de grado para la obtención de su título de MAGISTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL.

Para lo cual necesita acceso a la noble Institución COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA previa su gentil autorización para el desarrollo de la Tesis de la mencionada.

Lo certifico. Puyo, 11 de Junio del 2014.



Pablo Carrillo
COORDINADOR PROVINCIAL
UTPL PUYO



www.utpl.edu.ec • info@utpl.edu.ec • PBO: 593 7 2570275 • Fax: 593 7 2573158 • C.P.: 11 01 608
Coordinación de Centros: 593 7 2585 974 • Distribución de Material Bibliográfico: 593 7 2585 975 • San Cayetano Alto • Loja - Ecuador



CACPE
PASTAZA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA

Cooperativa Financiera controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Carta N° 0333-14-CACPE-P-GG-AG
Puyo, 11 de Junio del 2014

Ingeniero
Pablo Carrillo
COORDINADOR PROVINCIAL UTPL PUYO
Presente.-

De mi consideración:

Comunico a usted que, a petición de la Ing. Katuska Gabriela García Ruano, con cédula N° 1600542938, egresada de la MAESTRIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, solicitando la colaboración de nuestra Institución para la elaboración de su Tema de Tesis; misma a la que me permito responder que se le brindará todas las facilidades entregándole la información necesaria para la realización de su tema de Tesis.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines pertinentes.

Cordialmente


Dr. Edgar Acuña
GERENTE GENERAL
CACPE PASTAZA



Anexo 2

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza como uno de los líderes financieros a nivel nacional



Anexo 3

Comunidad San Jacinto del Pindo: Elaboración de artesanías



Anexo 4

Comunidad San Jacinto del Pindo: Fiesta de la cacería, "Ista"



Anexo 5

Encuesta a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza y a la comunidad San Jacinto del Pindo

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS RESPONSABLES DE LAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LA CACPE PASTAZA

A continuación se presentan una serie de proposiciones, conteste de forma clara y precisa, marcando con una equis (x) según se lo señalado. Las respuestas serán son confidenciales y serán utilizadas con fines académicos.

1.- ¿Cuáles son las acciones sociales en las que participa su empresa?

(Marque las que sean necesarias)

Dimensión Interna:

- Planes de incentivo para el personal.
- Programa de ahorro de energía.
- Programa de reciclaje.
- Participación del personal en la planificación de la empresa.

Dimensión Externa:

- Relaciones interinstitucionales establecidas
 - Inversión social a la comunidad
 - Inversión social medioambiental
 - Inversión social en Derechos Humanos
 - Otros: (especifique)
-

2.- ¿Cuáles son las razones para iniciar prácticas de responsabilidad social en su empresa? (Marque las que considere necesarias)

- a) Acercamiento afectivo con la gente, caridad o bondad _____
- b) Reconocimiento, proyección, relaciones públicas, ventaja competitiva _____
- c) Evitar problemas con la comunidad _____

3.- ¿Qué actividades desearía incorporar al Plan de Responsabilidad Social Corporativa? (Marque las que considere necesarias)

Dimensión Interna:

- Cursos de capacitación para el personal.
- Financiamiento para estudios universitarios del personal u otro incentivo educativo.
- Guarderías.
- Programa de ahorro de energía.
- Programa de reciclaje.

Dimensión Externa:

- Calidad y servicio
 - Inversión social a la comunidad
 - Inversión social medioambiental
 - Inversión social en Derechos Humanos
- Otros: (especifique) _____

4.- ¿Cuáles son los beneficios que espera su empresa al realizar acciones socialmente responsables? (Marque las que considere necesarias)

- a) Promover e impulsar una cultura interna de Responsabilidad Social _____
- b) Identificar las necesidades del entorno y dar solución _____
- c) Supervivencia económica _____

5.- ¿A qué nivel jerárquico se decide la inversión social?

- a) Junta Directiva _____
- b) Presidencia _____

6.- ¿Existe un responsable en la ejecución de actividades de Responsabilidad Social Corporativa?

Si ___ No ___

Nombre completo: _____

Cargo: _____

7.- ¿En qué presupuesto es considerada la asignación de recursos para la inversión social de su empresa?

- a) Donaciones, liberalidades _____
- b) Relaciones interinstitucionales _____
- c) Otros (especifique) _____

8.- Existe algún sistema de información sobre la gestión de responsabilidad social llevada a cabo por la empresa:

Si ___ No ___

9.- ¿En que se basa su empresa para planificar el portafolio de inversión social?

- a) Diagnóstico para la detección de necesidades _____
- b) Solicitud expresa de comunidades o personas _____
- c) por ideas del personal, de manera verbal _____

Gracias por su colaboración

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA LUIS ANTONIO AGUILAR DE LA COMINIDAD SAN JACINTO DEL PINDO

Objetivo: Conocer la demanda de materiales didácticos de la escuela Luis Antonio Aguilar de la comunidad San Jacinto del Pindo.

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que ud considere correcta

1.- En qué condiciones considera usted que se encuentra el establecimiento educativo?

Excelentes ()

Muy buenas ()

Buenas ()

Regular ()

2.- En qué condiciones considera que se encuentra el uso de la tecnología en el establecimiento educativo

No existe tecnología en la institución ()

Existe poca tecnología en la institución ()

Se usa eventualmente la tecnología ()

Se utiliza adecuadamente la tecnología ()

3.- Seleccione los recursos que recibe el establecimiento escolar por parte del gobierno y sus organismos seccionales (Marque las que sean necesarias)

Alimentación ()

Materiales didácticos ()

Infraestructura ()

Tecnología ()

Salud ()

4.- Analice la prioridad de los siguientes servicios para el establecimiento educativo actualmente. Califique del 1 al 5, siendo 1 el de menos prioridad y 5 el de mayor prioridad

Alimentación	()
Materiales didácticos	()
Infraestructura	()
Tecnología	()
Salud	()

5.- Cada qué tiempo recibe el establecimiento escolar ayuda por parte del gobierno y sus organismos seccionales

Seis meses	()
Un año	()
Más de un año	()

6.- Recibe su establecimiento educativo aportes por partes de empresas privadas? Mencione la empresa en caso de obtener aporte

Si () No ()

.....

7.- Estaría dispuesto (a) aceptar ayuda por parte de empresas privadas en beneficio de la educación escolar

Si () No ()

8.- ¿Qué tipo de aporte le gustaría que el establecimiento escolar recibiese por parte de la empresa privada? (Marque las que sean necesarias)

Infraestructura	()
Tecnológica	()
Salud	()
Alimentación	()

Anexo 6

Informe anual de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza

**INFORME DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING
ÁREA DE DESARROLLO SOCIAL**



Funcionaria Encargada:

Marcia Gamboa, Coordinadora de Desarrollo Social

Elaborado por:

Andrés Fernández, Jefe de Marketing (e)

2013

1. Nombre del Informe:

INFORME GERENCIAL DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING – ÁREA DE DESARROLLO SOCIAL

2. Período:

Año 2013

3. A quien va dirigido:

Dr. Edgar Acuña, Gerente General de la CACPE PASTAZA

4. Objetivos:

Dar a conocer la gestión realizada por el Área de Desarrollo Social correspondiente al año fiscal 2013.

Determinar las actividades cumplidas de acuerdo al Objetivo N° 11 del Plan Operativo Anual.

Exponer las conclusiones a cerca de las actividades realizadas y dar a conocer propuestas de mejora continua a través de las recomendaciones del presente informe.

5. Seguimiento del avance y cumplimiento de planificaciones de su área:

A continuación describimos el detalle del seguimiento realizado por el Departamento Financiero sobre el seguimiento del avance y cumplimiento al Plan Operativo Anual:

(Las actividades que no indican datos porcentuales son aquellas que ya se realizaron en otros meses de acuerdo a la planificación anual)

	Objetivo 11: Fortalecer actividades que permitan cumplir con el Balance Social de Cooperativa	Porcentaje de Cumplimiento
11.1	Realizar y promover actividades de capacitación y formación de socios y no socios como forma de responsabilidad social	100%
	1. Capacitar a los socios en general con el Programa Educación Financiera	100%
	2. Capacitar a los jóvenes del Proyecto Juventud CACPE con el Programa de Educación Financiera	100%
	3. Integrar al proyecto a estudiantes de los últimos grados de nivel primario	100%
	4. Apoyar en una campaña de salud para el Asilo de Ancianos (exámenes, consulta y medicina).	100%
	5. Apoyar en programa de prevención de consumo de drogas en adolescentes y jóvenes en los colegios en coordinación con otros actores.	100%
	6. Apoyar acciones de concientización en ámbito sexual en coordinación con otros actores.	100%
	7. Dar charlas de motivación y de educación no financiera.	100%
	8. Apoyar al deporte, cultura y arte para fomentar valores y el buen vivir entre la sociedad.	100%

11.2	Apoyar acciones que fomenten el bienestar de los empleados como una forma de responsabilidad social	100%
	1. Realizar un convenio con una institución que preste el servicio de cuidado infantil para los hijos de los empleados que requieran el servicio.	100%
11.3	Fortalecer el esquema de Gobernabilidad	100%
	1. Desarrollar o adecuar un plan de formación integral de directivos.	100%
	2. Realizar alianzas con universidad para formación especializada.	100%
	3. Promocionar los eventos de capacitación de directivos.	100%
11.4	Apoyar la formación de los microempresarios como valor agregado de los servicios que presta la Cooperativa	100%
	1. Desarrollar alianzas con instituciones públicas para la implementación de un programa de formación continuo para microempresarios	100%
	2. Brindar capacitación en distintos temas a socios microempresario, principalmente en educación financiera.	100%
11.5	Fomentar el acceso a servicios financieros a los socios y no socios con capacidades especiales.	100%
	1. Preparar al personal para un mejor servicio a socios con capacidades especiales en la Cooperativa o en el campo (capacidades auditivas).	100%
	2. Apoyar actividades recreativas para generar integración en el segmento.	100%

6. Actividades realizadas en el período.

Las actividades de responsabilidad social se realizaron de acuerdo a lo planificado en el POA para el año 2013, son las siguientes:

Programa Educación Financiera CACPE PASTAZA.

Se brindó capacitación de formadores a 25 funcionarios que cumplirán el rol de conferencistas en el Programa de Educación Financiera que se está emprendiendo, el tema de la conferencia es: “Maneje el Dinero de su Negocio y Técnicas de Enseñanza para Adultos”, el mismo que forma parte del programa “Crédito con Educación” impulsado por Freedom From Hunger.

En las provincias de Morona Santiago, Napo y Pastaza se realizó un estudio de mercado para la creación del Programa de Educación Financiera CACPE Pastaza que tiene como objetivo: Capacitar a la sociedad en temas de educación financiera y de interés común, a fin de mejorar sus conocimientos y la capacidad en la toma de decisiones que repercutan en su economía familiar o empresarial.

En el mes de marzo se inició con el Programa de Educación Financiera, el mismo que benefició a 1140 SOCIOS y 1118 NO SOCIOS, dando un total de 2258 beneficiarios, los mismos que fueron congregados dentro de las 86 charlas de Educación Financiera expuestas durante el año 2013, a través de las cuales la Cooperativa tuvo un acercamiento con 43 Instituciones, las mismas descritas a continuación:

CÁMARA DE ARTESANOS DE PASTAZA.
ASOCIACIÓN DE CAÑICULTORES DE PASTAZA.
COLEGIO NACIONAL VERACRUZ
CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL UNE.
TRANSPORTES REINA CUMANDÁ
MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL
CENTRO DE DESINTOXICACIÓN CRADON
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
SINDICATO DE TRABAJADORES MUNICIPALES
MTOPI
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
UNIVERSIDAD UNIANDÉS
PATRONATO MUNICIPAL
SEROTPI
GOBERNACIÓN
CÍA. TRANSPORTES CORDERO GUERRA
CUERPO DE POLICIA DE PASTAZA
COOP. TAXIS PUYO
SECAP
MAGAP
AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO
PATRONATO MUNICIPAL
PATRONATO PROVINCIAL
DEFENSORÍA JURÍDICA
CUERPO DE BOMBEROS DE PUYO
EMAPAST
SINDICATO OBREROS CONSEJO PROVINCIAL
CENTRO AGRÍCOLA CANTONAL (MERCADO DE LOS PLÁTANOS)
SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES
MERCADO EL DORADO
CENTRALCAR CHEVROLET
CÍA. ALPAYAN
IGLESIA PENTECOSTAL UNIDA
PROFESORES JUBILADOS MACAS
EMPRESA DE ELÉCTRICA DE AMBATO
COOP. DE TAXIS LOS TAYOS

IGLESIA ESPERANZA ETERNA
ASOCIACIÓN EMPLEADOS MUNICIPALES
ESCUELA DE FÚTBOL CACPE PASTAZA
CASA DE LA CULTURA
HOSPITAL MILITAR
CONSEJO POVINICIAL
FINCA EL PIGUAL

Vinculación con personas de la tercera edad.

En beneficios a los 25 adultos mayores que reciben atención en el Asilo de Ancianos Mons. Tomás Romero Gross, se entregó 240 pañales para adultos mayores y 36 tasas promocionales de la Cooperativa, a fin de brindarles apoyo en su diario vivir.

Ejecución del Proyecto Juventud CACPE.

En el Proyecto Juventud CACPE, durante el año 2013 se tuvo la participación de 17 Establecimientos Educativos, los mismos que se encuentran en las provincias de Napo, Morona Santiago y Pastaza, donde se incluyó capacitación financiera para los estudiantes de 2do y 3er año de bachillerato, así mismo a través de incentivos económicos se motivó a los estudiantes a culturizar el ahorro y el emprendimiento en sus vidas, clausurando el Proyecto con la II Feria Interprovincial de Emprendimientos Juventud CACPE, donde cada Establecimiento Educativo participó con la propuesta ganadora del concurso interno realizado previamente. A continuación se describe los Establecimientos Educativos participantes:

Provincia de Pastaza:

U.E. Militar Héroes del Cenepa
Colegio Jorge Icaza
Colegio Provincia de Pastaza
Colegio Técnico Primero de Mayo
Colegio Veracruz
U.E. San Vicente Ferrer
Centro de Formación Artesanal Unión Nacional de Educadores
Instituto Superior Técnico Francisco de Orellana

Provincia de Napo:

Colegio Técnico Juan XXIII
Colegio Fiscomisional San José
U.E. Mons. Maximiliano Spiller
U.E.P. Amazónica
Colegio Técnico Nacional Tena

Provincia de Morona Santiago:

U.E. María Auxiliadora
Colegio de Bachillerato Macas
Colegio 27 de Febrero
U.E. Emanuel

Charla de concientización acerca del alcoholismo y sexualidad en los jóvenes.

Se realizó en las ciudades de Puyo, Macas y Tena una charla con el tema “Sexualidad y Drogadicción en los Jóvenes” dirigida por el Dr. Marco Albuja, conductor del Programa Hacia un Nuevo Estilo de Vida, donde se beneficiaron cerca de 2000 jóvenes estudiantes.

Programa Escuela para Padres CACPE PASTAZA.

El día jueves 11 de julio del 2013 se inauguró el Programa Escuela para Padres CACPE PASTAZA, el mismo que benefició a padres y madres de familia con 25 charlas y talleres que coadyuvaron a reducir las problemáticas sociales que se presentan en el núcleo de la sociedad, la familia.

El Programa Escuela para Padres CACPE PASTAZA dentro de sus 25 charlas tuvo una asistencia total de 1329 padres de familia durante los 6 meses del programa.

Vinculación con personas con capacidades especiales:

Auspiciamos al Instituto de Educación Especial, con 150 refrigerios, 15 tazas de caramelos y 15 tomatodo para las actividades deportivas organizadas por el día de la discapacidad.

Vinculación con personas parecientes de enfermedades catastróficas.

Entregamos 200 refrigerios a la Fundación Jóvenes contra el Cáncer, en un evento de apoyo a las personas que padecen esta enfermedad.

Participación cultural:

Se participó en los pregones o desfiles por las siguientes fiestas de las ciudades y provincias donde la Institución se encuentra realizando su actividad económica:

El Corso en la ciudad de Ambato
Desfile folklórico por las fiestas de carnaval en la ciudad del Puyo
Desfile folklórico por las fiestas de Napo
Desfile folklórico por las fiestas del Puyo
Desfile folklórico por las fiestas de Macas
Desfile folklórico por las fiestas del Tena
Desfile folklórico por las fiestas de Pastaza
Desfile folklórico por las fiestas de Morona Santiago
Pregón por las fiestas de Sucúa

Auspicio al deporte, cultura y participación con la comunidad.

Se entregó 4 trofeos como incentivo a los jóvenes del Colegio 1ro de Mayo que participaron en los juegos deportivos internos.

Se benefició a las estudiantes del Centro de Formación Artesanal UNE con 1 balón de fútbol y 1 de basket a fin de motivarles a que practiquen el deporte dentro de su Institución.

Se benefició a la Unidad Educativa San Vicente Ferrer con una amplificación para fomentar la música y la cultura en su programa del Chamizado por las fiestas de la Institución Educativa.

Se apoyó en el evento de concurso de baile y danzas organizado por la Unidad Educativa San Vicente Ferrer, la misma que se dio lugar en el Coliseo Mayor de los Deportes Roberto Basurí el día viernes 28 de junio del 2013, donde asistieron más de 2000 personas, beneficiándose de dicho evento.

Se realizó un convenio con la Federación Deportiva de Pastaza y el grupo de danza TradiArte, a fin de iniciar con el Campamento Vacacional CACPE PASTAZA, donde se benefició a 500 personas entre niños y adolescentes con 1 camiseta promocional del Campamento y la Cooperativa, las mismas que son usadas en la práctica de las 17 disciplinas deportivas y culturales disponibles, durante 1 mes.

Se realizó un convenio con la Federación Deportiva de Pastaza y el grupo de danza TradiArte, a fin de iniciar con el Campamento Vacacional CACPE PASTAZA, donde se benefició a 500 personas entre niños y adolescentes con 1 camiseta promocional del Campamento y la

Cooperativa, las mismas que son usadas en la práctica de las 17 disciplinas deportivas y culturales disponibles, durante 1 mes, desde el 15 de julio hasta el 15 de agosto.

Auspicio del Concurso de Cometas y Juegos Populares, premio de \$ 50.

Inicio de la recepción de documentación para la actividad “Premiación a la Excelencia Académica” a los niños miniahorristas, se premiará las 25 mejores calificaciones, el evento se realizará el 19 de septiembre a las 19:00 hrs.

Escuela de fútbol anual para los niños miniahorrista de 5 a 12 años y jóvenes hasta 16 años.

Auspicio a la Federación Deportiva Provincial de Pastaza para los juegos pre juveniles nacionales Morona Santiago, Pastaza 2013 con 164 camisetas y 164 gorras para los deportistas.

Premiación a la Excelencia Académica a los niños miniahorristas, se premió las 80 mejores calificaciones con un medalla y un diploma y además a las 25 mejores calificaciones, se les acreditó \$ 25 a cada uno; el evento se realizó el 19 de septiembre a las 19:00 hrs.

Escuela de fútbol anual para los niños miniahorrista de 5 a 12 años y jóvenes hasta 16 años.

Auspicio a la revista mujer Warmi-nua con un roll up promocional con imágenes de la institución y de la revista.

Colaboramos con dos premios para el bingo organizado por el banco comunitario “El Dorado” para el 2/11/2013.

Participamos con un grupo de danza en el pregón de las fiestas de Macas el 31/10/2013.

Auspicio a la reina de la universidad Estatal Amazónica con \$ 100 en una libreta de ahorros, el 4/10/2013.

Auspicio del Bingo organizado por el grupo de apoyo Mario Andrés Cando con un DVD, el 19/10/2013.

Renovación de uniformes para los alumnos de la Escuela inicial de fútbol Cacpe Pastaza.

Auspicio al CIBV LOS OBRERITOS, con 20 camisetas, para los juegos deportivos internos de padres de familia.

Auspicio a la reina de Shell con \$ 100 en una libreta de ahorros, el 28/11/2013.

Participamos con un grupo de danza en el desfile folklórico de las fiestas de la parroquia Shell el 28/11/2013.

Auspicio a la Asociación de motociclistas “Selva Rider’s de Pastaza”, con 30 canguros y 30 tomatodo para el primer moto encuentro Pastaza 2013, el 09/11/2013.

Auspicio a la escuela inicial de fútbol Cacpe Pastaza, con 150 refrigerios y 7 kits, el 7/11/2013.

Auspicio a la Señorita Natasha Viñan, candidata a Reina de Shell 2013, con afiches y una gigantografía.

Auspicio con 20 camisetas al curso 10° B del Centro de Formación Artesanal 13 de abril, para el campeonato de basket e indor fútbol.

Auspicio a la Señorita Karina Álvarez, candidata a Reina de la provincia de Pastaza 2013, con una gigantografía, el 1/11/2013.

Participación en la U.E.M. “Héroes del Cenepa”, con la instalación de un ambiente de miniahorro y la entrega de 21 alcancías a los niños participantes.

Auspicio a la cooperativa de taxis 12 de mayo con un premio (una licuadora) para el bingo artístico el 30/11/2013.

Auspicio a la reina electa de kawasak Sacha del pueblo ancestral KichwaKawsak Sacha el 30/11/2013.

Firma de un convenio de colaboración entre el 26/11/2013 y el 2/12/2013 con el grupo de teatro “LA MURALLA”, para apoyar el II Festival de teatro infantil “Lengua de Brujo” en la que la Cacpe Pastaza aportó \$1,120.

Auspicio a la asociación Shiwiar “Ashibt” con 9 camisetas, para actividades deportivas por motivo de las fiestas navideñas.

Auspicio al Centro Adulto Mayor “Mi Alegría de Vivir”, con una canasta navideña, para el programa de navidad.

Auspicio a la comunidad Putuime, con 35 jarros de caramelos por motivo de las fiestas navideñas.

Auspicio al Club de diabéticos gestionado por el Centro de Salud el Dorado, con 20 panes de pascua, por las fiestas navideñas.

Colaboración con equipos de sonido al CNH del barrio el dorado, para el programa navideño.

Auspicio al Instituto de Educación Especial por el día de la discapacidad, con 150 refrigerios, 15 tazas de caramelos y 15 toma todo.

Auspicio al curso 8° paralelo B de la escuela Vacas Galindo con 2 camisetas, 2 gorras, 2 toma todo, para el programa navideño.

Auspicio a la Junta Provincial de Pastaza de la Cruz Roja, con 30 fundas de caramelos, para ser entregados a los voluntarios de esta ONG, como forma de aprecio y consideración a su esfuerzo, tiempo y sacrificio que brindan en bien de las personas más vulnerables.

Auspicio a la Federación Deportiva de Puyo – Shell, con 30 fundas de caramelos para el curso de boxeo, por motivo de las fiestas navideñas.

Auspicio a la Comunidad Paz Yacu, con 2 maletas, 2 camisetas, 2 gorras, 20 lápices y 10 llaveros para el concurso “Cortada de leña” organizado por motivo de las fiestas navideñas.

Se benefició a la comunidad con la entrega de 3000 fundas de caramelos para los diferentes agasajos navideños en sus organizaciones.

7. Limitaciones

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria no emite una resolución acerca de los indicadores sociales que deben presentar las COAC, por lo tanto, las actividades realizadas por el área de desarrollo social, son emprendidas de acuerdo a los conocimientos adquiridos en los diferentes cursos y talleres de capacitación acerca del tema de responsabilidad social corporativa.

8. Conclusiones

LA CACPE PASTAZA ha logrado vincularse con diferentes sectores de la sociedad a través de sus actividades de responsabilidad social.

Las actividades planificadas para el año 2013 de responsabilidad social tuvieron un 100% de cumplimiento anual.

La Cooperativa ha desarrollado y ejecutado proyectos de responsabilidad social, demostrando su interés por el desarrollo socioeconómico de la sociedad, al momento de vincularse con la comunidad en temas financieros y no financieros.

9. Recomendaciones

Es recomendable que la CACPE PASTAZA en el año 2014 planifique sus actividades de Responsabilidad Social involucrando a sus grupos de interés, a fin de mantener su vínculo con cada uno de los stakeholder y coadyuve al cumplimiento de nuestras actividades.

10. Firma del Responsable.

Andrés Fernández
Jefe de Marketing (e)
CACPE PASTAZA

Capacitación a los funcionarios para promover el Programa de Educación Financiera CACPE PASTAZA



Ejecución del Programa de Educación Financiera CACPE PASTAZA



Vinculación con personas de la tercera edad



Ejecución del Proyecto Juventud CACPE



Charla de concientización acerca del alcoholismo y sexualidad en los jóvenes



Programa Escuela para Padres CACPE PASTAZA



Vinculación con personas parecientes de enfermedades catastróficas (Jóvenes contra el Cáncer)



Participación cultural



Auspicio al deporte, cultura y participación con la comunidad

Continuidad a la Escuela de Iniciación de Fútbol CACPE PASTAZA.



Entrega de Reconocimiento y Kit Promocional al Niño Sebastián Silva, 4to Lugar en el Ranking Mundial de Bicicross.



Auspicio al concurso de baile y danzas organizado por la U.E San Vicente Ferrer



Anexo 7

Encuesta de los 7 ejes de la Responsabilidad Social Empresarial

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO				
		SI	EN PARTE	NO
	Compromisos éticos			
1	¿La empresa tiene definidas su Misión, Visión y Valores?			
2	¿En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial?			
3	¿En la redacción de la Misión y Visión participan distintos niveles de la empresa?			
4	¿En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)?			
5	¿La Misión y Visión de la empresa son revisadas periódicamente?			
6	¿La Misión y Visión es difundida públicamente a nivel interno y externo (carteles, sitio web, publicaciones, entre otros)?			
7	¿La empresa dispone de un Código de Ética o Conducta formal?			
8	¿El Código de Ética o Conducta contempla las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, clientes, comunidad, gobierno y accionistas?			
9	¿La empresa estimula la coherencia entre los valores y principios de la organización y la actitud individual de los colaboradores?			
10	¿En las distintas instancias de reclutamiento y selección de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética?			
	Cultura organizacional			
1	¿La empresa difunde y educa en Valores y en el Código de Ética regularmente?			
2	¿La empresa cancelaría contratos por considerar que los mismos o las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos?			
3	¿Posee Políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas?			
4	¿Existe la Política de informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc., recibido u ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial?			
	Gobierno corporativo			
1	¿La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente?			
2	¿La empresa posee documentación que respalda lo respondido en el presente cuestionario?			
	Relaciones con la competencia			
1	¿Se establecen principios relacionados a la competencia en el			

	Código de Conducta o en la declaración de valores de la empresa?			
2	¿Se posee una política de no utilización de los defectos o debilidades de los productos o servicios de la empresa?			
	Balance social			
1	¿La información sobre la situación económica-financiera de las actividades de la empresa es auditada en forma externa?			
2	¿La empresa pública en Internet datos sobre aspectos económicos, financieros, sociales y ambientales de sus actividades?			
PROVEEDORES				
	Criterios de selección y evaluación de proveedores	SI	EN PARTE	NO
1	¿En la selección de proveedores se toman en cuenta los compromisos de estos con la Responsabilidad Social, el cumplimiento a la legislación y el respeto por los derechos humanos?			
2	¿Posee una política específica o un programa de responsabilidad social en la cadena de proveedores?			
	Relaciones en las cadenas de proveedores			
1	¿Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores?			
2	¿Incluye entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad (cooperativas de pequeños productores, iniciativas solidarias, asociaciones barriales, etc.)			
3	¿Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales sólo con base en criterios comerciales?			
PÚBLICO INTERNO				
	Salud, seguridad y condiciones laborales	SI	EN PARTE	NO
1	¿La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales?			
2	¿Se capacita anualmente en Salud y Seguridad?			
3	¿Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares?			

4	¿En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad?			
	Valoración de la diversidad			
1	¿La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el Código de Conducta y/o declaración de Valores de la empresa?			
2	¿Existe una política de dar oportunidades a discapacitados, jóvenes y mujeres?			
3	¿Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres?			
	Compromiso con el desarrollo profesional			
1	¿La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados?			
2	¿Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa?			
3	¿Apoya económicamente y /o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa?			
	Gestión participativa			
1	¿Se brinda a los trabajadores información financiera?			
2	¿Se brinda a los trabajadores información de producción?			
3	¿Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos?			
4	¿Al ser admitidos, se realiza con los nuevos colaboradores actividades de integración y entrenamiento sobre los productos y servicios?			
	Balance social			
1	¿La información sobre la situación económica-financiera de las actividades de la empresa es auditada en forma externa?			
2	¿La empresa pública en Internet datos sobre aspectos económicos, financieros, sociales y ambientales de sus actividades?			
	Política de remuneración y beneficios			
1	¿Existe un componente de participación en los resultados?			
2	¿Existen incentivos por desempeño?			
3	¿En los últimos dos años se aumentó el salario mínimo de la empresa en relación al salario mínimo vigente?			
	Clima laboral			
1	¿La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores?			
2	¿La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores?			
3	¿La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados?			

	Compromiso con el desarrollo infantil			
1	¿Se apoya a los padres que estén esperando familia a tener información sobre embarazo, cuidados especiales para los bebés, cursos prenatales, servicios médicos y sociales?			
	Comportamiento en los despidos			
1	¿La empresa acompaña y evalúa periódicamente la rotación de los empleados y tiene una política de mejorar este indicador?			
2	Ante la necesidad de reducción de personal, ¿se prevé una comunicación dirigida a los colaboradores que permanecen sobre las razones que avalan la decisión tomada?			
	Plan de retiro			
1	¿Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores?			
MEDIO AMBIENTE				
	El medio ambiente como compromiso empresarial	SI	EN PARTE	NO
1	¿La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales?			
2	¿La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental?			
3	¿La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente?			
4	¿Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores?			
	Prácticas de cuidado del medio ambiente			
1	¿Se promueve el reciclado de insumos y otros productos?			
2	¿Se tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc., generados por la propia empresa?			
3	¿Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa?			
4	¿Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua?			
5	¿Se implementan procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa?			
6	¿Se implementan procesos para el destino de "otros" residuos generados en la empresa (vasos, cartuchos, papel, envases plásticos, etc.)?			
7	¿Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes?			
8	¿Se busca minimizar la liberación a la atmósfera de gases			

	nocivos para la capa de ozono?			
	Impacto medio ambiental			
1	¿Realiza acciones de control de la polución causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?			
2	¿La empresa posee un sistema de monitoreo para el aumento de eficiencia energética, la reducción del consumo del agua, la reducción de residuos sólidos y la reducción de emisión de CO2 u otros gases de efecto invernadero a la atmósfera?			
CLIENTES CONSUMIDORES				
	Consideración de la opinión del cliente	SI	EN PARTE	NO
1	¿La empresa capacita a sus colaboradores en forma regular en temas afines a "Atención al Cliente"?			
2	¿Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes?			
3	¿Se toma en cuenta la opinión de sus clientes en sus productos y servicios?			
4	¿La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones?			
	Proceso de reclamaciones			
1	¿La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con difusión adecuada?			
	Marketing y comunicación			
1	¿Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece?			
2	¿La empresa promueve prácticas de ventas con criterios éticos?			
3	¿Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa?			
	Conocimiento y manejo de los daños potenciales de los productos y servicios			
1	¿La empresa se preocupa por no utilizar productos y servicios prohibidos en otros países?			
CLIENTES CONSUMIDORES				

COMUNIDAD				
		SI	EN PARTE	NO
	Política de apoyo a la comunidad			
	¿Se prevén espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo en la formación laboral de los mismos?			
	¿Se promueve la integración de personas con "discapacidad" en la empresa?			
	¿Siempre que sea necesario —y posible— la empresa colabora con la mejora de los equipamientos públicos de su zona, como en escuelas, puestos de salud, plazas, áreas verdes, etc.?			
	¿Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad en la que se encuentra?			
	Financiamiento de acciones sociales			
1	¿En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/u ONG's?			
2	¿La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario?			
GOBIERNO Y SOCIEDAD				
		SI	EN PARTE	NO
	Participación política			
1	¿La empresa informa a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscales?			
2	¿La empresa procura participar de organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en busca de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad?			
	Prácticas anticorrupción			
1	¿Existen políticas que sancionan a los colaboradores por estar involucrados en sobornos a funcionarios públicos?			
2	¿Posee una política explícita de no participar en procesos de licitación en los que se compruebe que existe manipulación de las ofertas?			
	Construcción de la ciudadanía			
1	¿Estimula a los colaboradores a evaluar la actuación de las autoridades del gobierno?			

2	¿La empresa desarrolla actividades eventuales con foco en la educación cívica, abordando derechos y deberes?			
---	--	--	--	--

Matriz de Puntaje Máximo

En la siguiente matriz se presenta el puntaje máximo que puede alcanzar cada indicador. Es importante recordar que 2 es la cantidad de puntos otorgada a la respuesta SI.

La fórmula para la definición del puntaje máximo es como sigue:

Cantidad de subindicadores (ítems) x 2 = puntaje máximo

Eje	Cantidad de ítems	X 2	Puntaje máximo
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	20	=	40
Proveedores	5	=	10
Público Interno	26	=	52
Medio Ambiente	17	=	34
Clientes Consumidores	9	=	18
Comunidad	6	=	12
Gobierno y Sociedad	6	=	12
TOTAL	89	=	178

Valoración de los puntajes obtenidos

Considerando que 2 es el puntaje máximo, se establece una escala del 1 al 5 para calificar el estado del desempeño en RSE; por tanto:

0.40 = 1

0.80 = 2

1.20 = 3

1.60 = 4

2.00 = 5

HASTA 0.80

Su empresa tiene grandes oportunidades de mejorar, pues aún no posee una gestión orientada a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La herramienta utilizada va a ayudarlo a planear una forma más estructurada para aumentar la calidad y la extensión de las acciones dirigidas hacia la RSE.

DE 0.81 A 1.19

Su empresa ya realiza acciones en el ámbito de la RSE.

Realice un análisis más detallado del cuestionario, verificando en qué temas obtuvo una puntuación más alta y qué contribuyó a ese resultado. Busque prácticas positivas de RSE e ideas sobre cómo desarrollar acciones creativas y formas de superar obstáculos.

DE 1.20 A 1.69

Su empresa ya asimiló los conceptos de RSE y tiene claridad de los compromisos necesarios para una gestión socialmente responsable. Esos compromisos están generando aspectos positivos en su negocio por medio de una relación más próxima y productiva con las partes involucradas (gobierno y sociedad, comunidad, público interno, clientes, proveedores).

DE 1.70 A 2

Su empresa está bien informada en los temas emergentes de gestión y utiliza la RSE para alcanzar sus objetivos.

En esta fase, se torna viable la búsqueda de socios y de alianzas intersectoriales como forma de potenciar el desempeño de la empresa y adquiere importancia la sistematización de conocimientos como medio para colaborar con otras empresas