



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la
Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda.
de la ciudad de Cuenca, año 2014.**

TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

AUTOR: Montaña Samaniego, Diego José

DIRECTOR: Pacheco Sempértegui, Francisco Aníbal, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

Ingeniero

Francisco Aníbal Pacheco Sempértegui.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

De mi consideración:

Que el presente trabajo, denominado **“Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. de la Ciudad de Cuenca, año 2014.”** realizado por el profesional en formación Diego José Montaña Samaniego; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 30 de Septiembre 2014

f) .....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Montaña Samaniego Diego José declaro ser autor del presente trabajo de fin de maestría: Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. de la Ciudad de Cuenca, año 2014, de la Titulación Magister en Gestión Empresarial, siendo Francisco Aníbal Pacheco Sempértegui 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, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, 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).....

Autor: Montaña Samaniego Diego José

Cédula: 1104201353

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a todas las personas que de una u otra manera estuvieron apoyándome durante toda la realización del mismo, de manera especial a mis padres y hermano que han sido un pilar fundamental.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi imperecedero agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja, y por ende al Área Administrativa, deseo de manera especial hacer extensible un agradecimiento muy sincero al **Ing. Francisco Aníbal Pacheco Sempértegui** “Director de Tesis” quien en forma responsable, ha sabido orientarme en todo momento haciendo posible la culminación del presente trabajo, así mismo a todos los profesores de la Maestría en Gestión Empresarial que fueron la base principal en nuestro desempeño social, académico y laboral representada por la **Eco. Diana Espinoza** Coordinadora de la Maestría y de manera muy comedida a la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS Y FOTOS.....	xi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	6
1. Tema: La responsabilidad social empresarial.....	6
1.1. Concepto de responsabilidad social empresarial.....	7
1.1.1. Historia de la responsabilidad social empresarial.....	8
1.1.2. La responsabilidad social empresarial en el Ecuador.....	10
1.2. Elementos o implicaciones de la responsabilidad social empresarial...	16
1.3. Alcances de la responsabilidad social empresarial.....	17
1.4. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.....	18
1.5. Niveles de responsabilidad social empresarial.....	21
1.6. Entorno de la responsabilidad social empresarial.....	22
CAPÍTULO II.....	24
2. Tema: Indicadores de gestión de la rse.....	24
2.1. Definición de los indicadores de gestión de la rse.....	25
2.2. Indicadores de gestión de la rse en el contexto mundial.....	26
2.2.1. Indicadores ADEC-ETHOS.....	27
2.2.2. SA8000.....	29

2.2.3. GRI.....	30
2.2.4. Norma mexicana de responsabilidad social.....	31
2.2.5. OCDE.....	31
2.2.6. Principios CERES.....	32
2.2.7. Pacto mundial.....	33
2.2.8. Estándar de aseguramiento AA1000.....	34
2.2.9. ISO 26000.....	34
2.2.10. Indicadores de gestión de la rse en Ecuador.....	35
CAPÍTULO III.....	37
3. Tema: Herramientas de gestión de la rse en américa latina.....	37
3.1. Alcance de las iniciativas en materia de rse	38
3.2. Iniciativas que establecen principios de rse.....	38
3.3. Pacto mundial.....	39
3.4. Directrices de la OCDE.....	40
3.5. Principios CERES.....	40
3.6. Instrumentos de gestión de la rse.....	42
3.7. Global Reporting initiative (GRI).....	42
3.8. Estándar de Aseguramiento AA1000.....	43
3.9. Indicadores de gestión de rse.....	43
CAPÍTULO IV.....	47
4. Tema: Propuesta modelo de rse para la distribuidora José Verdezoto.....	47
4.1. Objetivo.....	48
4.2. Alcance.....	48
4.3. Indicadores económicos, sociales y ambientales José Verdezoto (GRI).....	50
4.4. Estrategias.....	94
4.5. Tácticas.....	94
4.6. Presupuesto.....	95
CAPÍTULO V.....	96
5. Tema: Conclusiones y Recomendaciones.....	96
5.1. Conclusiones.....	97
5.2. Recomendaciones.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	100

ANEXOS.....	102
ANEXO 1 Desarrollo de la investigación de mercado José Verdezoto.....	102
ANEXO 2 Entrevista al gerente José Verdezoto.....	106
ANEXO 3 Encuesta para los trabajadores de José Verdezoto.....	108
ANEXO 4 Encuesta a los administradores de las farmacias a las que José Verdezoto presta sus servicios.....	113
ANEXO 5 Fotos encuestas, empresa y colaboradores de la distribuidora José Verdezoto.....	117
ANEXO 6 Gráficos estadísticos más relevantes de las encuestas realizadas a los trabajadores y clientes (farmacias) de la distribuidora José Verdezoto.....	124
ANEXO 7 Cronograma de plan de acción para la implementación del diseño de programa de responsabilidad social empresarial para la distribuidora José Verdezoto	147
ANEXO 8 Aprobación del Director del Trabajo de fin de Maestría	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de los indicadores de profundidad ETHOS.....	28
Tabla 2 Indicadores GRI.....	30
Tabla 3 Recomendaciones de la OCDE.....	32
Tabla 4 Uso de indicadores y estándares de RSE en la gestión.....	43
Tabla 5 Estructura Organizacional y Gobierno Corporativo de la Distribuidora José Verdezoto.....	57
Tabla 6 Administradores Actuales de la Distribuidora José Verdezoto.....	57
Tabla 7 Árbol Accionario de la Distribuidora José Verdezoto.....	58
Tabla 8 Estado Financiero correspondiente al 2013.....	59
Tabla 9 Inconvenientes con el Estado.....	63
Tabla 10 Impuesto a la Renta Causado Distribuidora José Verdezoto año 2013.....	64
Tabla 11 Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto.....	64
Tabla 12 Tiempo de pago en la distribuidora JV.....	65
Tabla 13 Remuneración en JV.....	66
Tabla 14 Beneficios sociales que ofrece JV.....	67
Tabla 15 Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV.....	68
Tabla 16 Edad de los colaboradores de JV.....	69
Tabla 17 Fuerza laboral de JV.....	70
Tabla 18 Tipo de discriminación en la Distribuidora JV.....	71
Tabla 19 Comunicación en la distribuidora JV.....	72
Tabla 20 Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal.....	73
Tabla 21 Toma de decisiones en la distribuidora JV.....	74
Tabla 22 Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE.....	75

Tabla 23 Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias).....	76
Tabla 24 Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE.....	77
Tabla 25 Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias).....	78
Tabla 26 Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias).....	79
Tabla 27 Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias).....	79
Tabla 28 Áreas en la JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias)..	80
Tabla 29 Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad.....	81
Tabla 30 Relación con los proveedores.....	83
Tabla 31 Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores.	84
Tabla 32 Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente.....	85
Tabla 33 Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales.....	86
Tabla 34 Indicador ETHOS de la Distribuidora José Verdezoto.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS Y FOTOS

Figura 1 Inconvenientes con el Estado.....	63
Figura 2 Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto.....	64
Figura 3 Tiempo de pago en la distribuidora JV.....	66
Figura 4 Remuneración en JV.....	66
Figura 5 Beneficios sociales que ofrece JV.....	67
Figura 6 Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV.....	68
Figura 7 Edad de los colaboradores de JV.....	69
Figura 8 Fuerza laboral de JV.....	70
Figura 9 Tipo de discriminación en la Distribuidora JV.....	71
Figura 10 Comunicación en la distribuidora JV.....	72
Figura 11 Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal.....	73
Figura 12 Toma de decisiones en la distribuidora JV.....	74
Figura 13 Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE.....	75
Figura 14 Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias).....	76
Figura 15 Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE.....	77
Figura 16 Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias).....	78
Figura 17 Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias).....	79
Figura 18 Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias).....	80
Figura 19 Áreas en la que JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias)	81
Figura 20 Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad.....	82
Figura 21 Relación con los proveedores.....	83

Figura 22 Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores.....	85
Figura 23 Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente.....	86
Figura 24 Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales.....	87
Fotos encuestas, empresa y colaboradores de la distribuidora JV.....	117

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial hoy en día es una manera moderna de realizar negocios de una forma sustentable, esta forma sustentable abarca asuntos relacionados a la rendición de cuentas a sus diferentes grupos de interés o stakeholders (accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad, entorno, estado) en lo económico, social y ambiental.

El presente trabajo investigativo hace referencia al “**Diseño de un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la Ciudad de Cuenca, año 2014**”, y va a brindar información económica, social y ambiental de la distribuidora a sus diferentes grupos de interés.

El Diseño del Programa de Responsabilidad Social Empresarial (Memoria de Sostenibilidad) para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto va a coadyuvar a que la empresa se comprometa íntegramente con sus stakeholders y a que responda por sus actos, esto la beneficiará para ser una distribuidora ejemplar y muchas otras distribuidoras de medicamentos comiencen a imitar esta gran gestión innovadora e interesante para la colectividad.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial económica, social y ambiental.

ABSTRACT

Corporate Social responsibility today is a modern way of doing business in a sustainable way, this sustainably covers issues related to accountability to its different groups of interest or stakeholders (shareholders, employees, customers, suppliers, community, environment, State)economic, social and environmental.

This investigative work makes reference to the "design of a program of Corporate Social responsibility for the distributorship of pharmaceutical drugs José Verdezoto Cía Ltda., of the city of Cuenca, year 2014", and will provide economic, environmental and social information of the Distributor to its different stakeholders.

The design of the program of Corporate Social responsibility (sustainability report) to the distributor of drugs pharmaceutical José Verdezoto will contribute to the company to engage fully with their stakeholders and to answer for their actions, this will benefit it to be an exemplary Distributor and many other distributors of drugs begin to imitate this great management innovative and interesting for the community.

KEYWORDS: Corporate Social responsibility, economic, social and environmental.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto no cuenta con un programa de responsabilidad social empresarial (memoria de sostenibilidad), que abarque asuntos relacionados a la rendición de cuentas a sus diferentes grupos de interés en lo económico, social y ambiental. Lo que realiza la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto, es el cumplimiento de ciertos indicadores de responsabilidad social empresarial y algunos indicadores a manera de filantropía.

Para el cumplimiento de la Tesis se planteo Objetivos que van acorde con el tema estudiado, un Objetivo General que consiste en Diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial (Memoria de Sostenibilidad) para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la Ciudad de Cuenca, cuya finalidad es la brindar información relacionada a las actividades que realiza la empresa en los ámbitos económico, social y ambiental a sus diferentes grupos de interés stakeholders (accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad, entorno, estado). Los Objetivos Específicos son: a) Conocer la realidad económica, social y ambiental de la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca, b) Orientar a la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto sobre la implantación de las prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de la misma, c) Insertar la Responsabilidad Social Empresarial de una forma íntegra a las gestiones diarias que realiza la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca, d) Elaborar un reporte de sustentabilidad (memoria de sostenibilidad), adaptándose a las necesidades de la distribuidora, a través de la principal herramienta de medición de responsabilidad social empresarial (GRI), que contenga información económica, social y ambiental de la distribuidora, todo esto se realiza con la finalidad de conocer cómo se administra realmente la distribuidora.

Dentro de todo lo mencionado anteriormente, cabe formular la siguiente Hipótesis: ¿Las prácticas económicas, sociales y ambientales que tiene hoy en día la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto están acordes al entorno en que se desenvuelve?, respondiendo a la interrogante de la Hipótesis se puede decir que dichas prácticas no son las adecuadas para el tiempo en que estamos viviendo, son prácticas retrógradas que afectan el desempeño empresarial de la distribuidora; por ende es factible elaborar una memoria de sostenibilidad que contenga toda la información relacionada a su desempeño (económico, social y ambiental) para poderla presentar cuando sus diferentes públicos (internos y externos) la necesiten y verifiquen que su distribuidora, está comprometida con la RSE. La distribuidora tendría que comprometerse íntegramente con

sus stakeholders y responder por sus actos, para ser una distribuidora ejemplar y muchas otras distribuidoras de medicamentos comiencen a imitar esta gran gestión innovadora e interesante para la colectividad.

Para poder elaborar este Diseño de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la Ciudad de Cuenca, se requirió del apoyo de un plan de contenidos que contenga capítulos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial como por ejemplo saber en sí el significado del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, la historia de la RSE, la RSE en el Ecuador, sus elementos, sus alcances, sus dimensiones, sus niveles, su entorno, para luego pasar a conocer los diferentes indicadores y herramientas de gestión de la RSE y así poder elaborar la propuesta modelo de RSE (Memoria de Sostenibilidad) para la distribuidora.

La importancia que tiene la investigación para la distribuidora como para sus diferentes grupos de interés o stakeholders es la de proporcionar reportes o rendir cuentas de su actividad económica, social y ambiental y así trabajar de una manera transparente, íntegra y sustentable, para tener un mundo mejor y al mismo tiempo obtener mejores resultados dentro de la empresa.

En el trabajo investigativo se pudo conocer la realidad económica, social y ambiental de la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la Ciudad de Cuenca, se pudo conocer el grado de conocimiento y el grado de cumplimiento que practica la empresa con sus diferentes grupos de interés, en base a esta indagación se procedió a construir una memoria de sostenibilidad que a la postre será implantada íntegramente a las gestiones diarias que realiza la distribuidora de medicamentos José Verdezoto.

Las facilidades y oportunidades que se suscitaron durante el estudio en la distribuidora y en las farmacias de la ciudad de Loja fueron las más óptimas ya que el gerente de la misma y los administradores de las farmacias muy amablemente me recibieron en sus instalaciones e indicaron a todos sus trabajadores (distribuidora) que colaboren con la encuesta que se realizó y que respondan con toda la sinceridad posible para que la investigación pueda salir a la perfección; y así mismo sucedió en las farmacias de la ciudad de Loja, dónde los administradores accedieron a responder las interrogantes de la encuesta sin ningún inconveniente.

Los inconvenientes y limitantes que se dieron tanto en la distribuidora como en las farmacias fue el tiempo en la contestación de las encuestas, ya que para ellos el tiempo es de vital

importancia y tocó esperar hasta que se desocupen momentáneamente de sus labores diarias y me contesten cuándo estaban desocupados.

La Metodología que se utilizó para el cumplimiento de los objetivos planteados para el Diseño de Responsabilidad Social Empresarial (Memoria de Sostenibilidad) para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la Ciudad de Cuenca, fue la salida de campo, entrevista y encuestas.

La salida de campo me permitió entrevistar y encuestar al gerente de la distribuidora JV, a sus colaboradores (40) y a los Administradores de las Farmacias de la Ciudad de Loja (40), tomar fotografías para conocer y observar las situaciones actuales de las mismas y así poder recolectar información y elaborar el diseño de la propuesta de RSE (Memoria de Sostenibilidad) para distribuidora José Verdezoto, con el propósito de que sea implantada íntegramente a sus labores cotidianas y de esta manera la empresa sea socialmente responsable.

CAPÍTULO 1: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

1.1. Concepto de responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en la actualidad es una nueva forma de realizar negocios, se lo desarrolla de una forma sustentable, en lo económico, social y ambiental, involucrándose con los diferentes grupos de interés con los que se asocia, tratando de preservar el medio ambiente para las generaciones venideras. Las empresas deben realizar RSE con respeto y valores hacia las personas y comunidad con las que se relaciona, sin que tenga que influir los productos o servicios que esta ofrece.(Cajiga Calderón, 2014)

La Responsabilidad Social Empresarial es una forma de trabajar de manera clara y concisa, en dónde se mantiene una comunicación permanente con la comunidad y de una forma íntegra, se la realiza en base a planificaciones sustentables que perduran y se comprometen por el tiempo que la empresa u organización permanece en el mercado, primando la ética operacional de la misma y a su vez estableciendo valor social, económico y ambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial hace alusión a la buena dirección y administración de la compañía, a un mandato honesto y sustentable, al cúmulo de responsabilidades de índole espontáneo que una compañía alcanza para administrar su impacto, en el entorno laboral, social, ambiental y económico, otorgando beneficios para la humanidad.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial se lo asocia con el interés de los líderes empresariales por el desenlace del trabajo de la compañía, en el entorno social y ambiental, sin omitir la utilidad de los asociados y de aquellos para los que la compañía brinda bienes o servicios, la discusión social y la buena administración acceden a formar parte de la RSE.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un modelo de gestión empresarial que se replica a nivel mundial respondiendo a la nueva tendencia global del desarrollo sostenible, en dónde las empresas a través de sus diferentes actividades pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo generar beneficios para sí mismo. Las actividades de RSE se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes. Es un modelo que se basa en tres pilares: Responsabilidad Económica: crean sólidas estructuras empresariales, ahorra costos, motiva a los empleados. Responsabilidad Ambiental: reduce el impacto ambiental de producción, uso de materia prima y energía, tiene buenas relaciones con la comunidad. Responsabilidad Social: mejora las condiciones laborales, realiza inversiones sociales.(AHK, 2014)

La Responsabilidad Social Empresarial es una manera de gestionar, que se determina por el vínculo ético del negocio con los accionistas, trabajadores y la comunidad, fijándose

objetivos empresariales compaginables con el medio ambiente, la diversidad y a su vez fomentando la disminución de las diferencias sociales. Entre los primordiales compromisos éticos que tienen el negocio o empresa con los accionistas, trabajadores y comunidad son:

- Ofrecer a la colectividad productos y servicios eficaces y justos.
- Establecer fortuna de la forma más eficiente.
- Considerar los derechos humanos con unas posiciones de trabajo decentes que beneficien la seguridad, salubridad laboral, progreso personal y profesional de los colaboradores.
- Honrar el medio ambiente previniendo en lo posible cualquier modelo de contaminación disminuyendo la producción de desechos y racionando los recursos naturales y energéticos.
- Acatar con rigurosidad las leyes, reglamentos, normas, contratos y compromisos pactados.
- Tratar que la fortuna generada sea repartida en forma íntegra.
- Apoyar la ética empresarial y la batalla contra la corrupción y deshonestidad.
- Combatir el cambio climático.
- Comprometer a los stakeholders internos y externos.
- Diseñar e implementar tácticas de alianza y cooperación de la compañía.
- Comprometer a los colaboradores en las excelentes prácticas de RSE.
- Cimentar un magnífico renombre corporativo.
- Desarrollar las probabilidades y oportunidades de la colectividad dónde se radica la compañía.
- Dar un adecuado uso del agua.
- Examinar la eficacia de la energía eléctrica de la compañía.
- Inspeccionar las condiciones laborales y de salud de los colaboradores.

Estimar peligros ambientales y sociales.

1.1.1. Historia de la responsabilidad social empresarial.

El origen de la RSE en el universo escolar data desde el año de 1953, con el ejemplar de Howard Bowen, Social Responsibilities of the Businessman, refiriéndose a los compromisos que deben mantener los empresarios con la humanidad. Indicando que la actividad de la compañía o empresa causa un golpe en determinado grupo de la población, por ende es de suma importancia la asociación de políticas y decisiones para un mejor entendimiento con la comunidad.

En 1960 Keith Davis manifestó que la Responsabilidad Social Empresarial se debe dar de acuerdo al poderío que las compañías poseen sobre la población; es decir que las compañías que tienen mayor efecto y proximidad con algunas asociaciones de poder, tendrán mayor responsabilidad social. En 1970 Milton Friedman indicó como inconscientemente gastar dinero en labores que no están relacionadas con la administración del comercio, de ahí se manifestó la afinidad de la RSE con la filantropía.

En 1979 Carroll, estableció un ejemplo de cuatro categorías conectadas entre sí, estas son: Económica, Legal, Ética y Discrecional; en la económica se establece que está relacionada a la producción de utilidades, en lo legal se fija el cumplimiento de las políticas que le concierne como empresa o compañía, en lo ético se lo vincula con la práctica de valores y principios morales y en lo discrecional se refiere a la opinión de cada organización dependiendo del entorno en que se desenvuelve. (Navas Leoro, 2013)

Para el año de 1984, Peter Drucker, propone un nexo entre la práctica económica de una empresa y la RSE, aplicándose las propuestas de Carroll. En el siglo XXI, se comenzó a elaborar los indicadores de RSE, con la ayuda de instituciones encaminadas a difundir la RSE.

Al término de 1990, como efecto de la destrucción ambiental a manos de las acciones del hombre, las conferencias sobre la protección ambiental se comenzaron a consolidar, incorporando tácticas y tecnología, con el objetivo de desarrollar sustentabilidad y ventajas competitivas. En este período la RSE deja su egoísmo de concentrarse solo en sus accionistas y empleados y empieza a tomar en cuenta a protagonistas internos y externos como sus clientes y proveedores; igualmente se aseguran sobre el efecto que pueden causar en su hábitat a nivel ambiental.

En el año de 1999 las Naciones Unidas insertan a las empresas como aliados tácticos para combatir la pobreza e injusticias en el mundo, cumpliendo principios: laborales, humanos, anti corruptos y sustentables con el medio ambiente; otra entidad que se integra a la consecución de la RSE es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que ha invertido dinero en programas para progresar en los reglamentos de la RSE. En el mismo año fue originado el Global Reporting Initiative (GRI) con la intención de que los organismos u empresas tengan una función de igualdad en tres perspectivas: Económico, Social y Ambiental. La International Standardization Organization (ISO 26000) es una norma o indicador que se halla desde el 2005 en todo el mundo.

1.1.2. La responsabilidad social empresarial en el Ecuador.

CERES

En Ecuador se localiza CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social) es una organización compuesta por establecimientos empresariales y entidades de la colectividad involucradas con la sostenibilidad social económica, social y ambiental.

El Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social colabora con la edificación de una humanidad más honesta y sustentable. CERES es el ente pionero en el trámite del entendimiento, instrucción e indagación referente a la responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y es socio estratégico de las distinguidas instituciones impulsadoras de Responsabilidad Social en el país.

La Misión del Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es la de promocionar el hábito de la Responsabilidad Social a través de organismos fortalecidos e involucrados con el progreso sustentable del Ecuador.

La Visión del Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es la de ser la entidad ecuatoriana pionera en temas concernientes a la Responsabilidad Social Empresarial, trabajando de forma honesta, sin lucrar o aprovecharse de la situación y hacer conciencia de que hoy en día practicar la Responsabilidad Social Empresarial a futuro nos generara muchas satisfacciones.

Dentro de los valores que practica el Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social tenemos: Eficiencia, Eficacia, Honradez, Aptitud, Igualdad, Marca, Claridad, Compañerismo, Autonomía, Atención, Consideración.

El Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) tiene un reglamento de ética interno en los que se detalla los principios y valores con los que se deben regir en el interior del mismo. Los directivos del Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social inspeccionan si sus afiliados están ejecutando el mencionado reglamento de ética.

El Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) registra a todas las instituciones que forman parte de esta red de impulso de la Responsabilidad Social, ya que contribuyen a la edificación de un Ecuador más equitativo, sociable y sustentable.

Dentro de las Empresas Privadas que conforman esta interesante red de Responsabilidad Social Empresarial, entre las más destacadas tenemos:

Arca Coca Cola.- Comercializadora de Bebidas.
Banco Pichincha.- Servicios Financieros.
Banco de Guayaquil.- Servicios Financieros.
Cervecería Nacional S. A.- Fabricación y Comercialización de Cerveza.
Coop. Oscus. Ltda.- Servicios Financieros y no Financieros.
Corporación la Favorita.- Servicios y Comercio.
Diners Club del Ecuador.- Servicios Financieros.
Floralp.- Elaboración y Comercialización de Productos Lácteos.
General Motors.- Empresa de Vehículos.
Jw Marriot.- Empresa de Alojamiento.
Kimberly-Clark Ecuador S.A.- Productos para el cuidado de la salud e higiene familiar.
Kinnross Ecuador.- Minera Internacional.
Mutualista Pichincha.
Pacifocard.
Pronaca.- Procesadora y Comercializadora de Alimentos.
TC Televisión.- Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A.
Telefónica Movistar.- Compañía de Comunicación.
Yanbal.- Venta de productos de belleza.

Dentro de las Empresas Públicas que componen esta novedosa red de Responsabilidad Social Empresarial, entre las más relevantes tenemos:

Corporación Nacional de Telecomunicaciones-CNT.
Elecaustro.- Generador de Energía para el Mercado Eléctrico Ecuatoriano.
Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento EPMAPS.
ETAPA EP.- Empresa municipal de Telecomunicación, Agua Potable, Alcantarillado.

Dentro de las ONG'S que colaboran con la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador, son las siguientes:

Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental.- Protección Ambiental.
Coca-Cola Ecuador.- Apoya Proyectos Sociales en las Comunidades Ecuatorianas.
Esquel.- Impulsa y Crea nuevas formas de participación que favorece el buen gobierno.
Fundación Futuro.- Contribuye solidariamente para la salud y desarrollo empresarial.
Fundación Huancavilca.- Promueve el desarrollo humano y la autogestión.
Fundación Repsol YPF.- Contribuye al desarrollo social del país.

Fundación Holcim Ecuador S.A.- Programa de desarrollo comunitario.
Plan Internacional Ecuador.- Derechos de niños, niñas y adolescentes.
Fundación Visión Mundial.- Trabajo de desarrollo enfocado en la niñez.

Dentro de los Socios Nacionales que participan en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial dentro del Ecuador, tenemos:

Agencia Municipal de Desarrollo Económico.- Promoción del desarrollo socioeconómico.
Andrade & Asociados.- Comunicación Estratégica y Relaciones Corporativas.
Cámara de Comercio de Guayaquil.- Impulsa el desarrollo comercial de sus socios.
Cámara de Comercio de Quito.- Impulsa el desarrollo comercial de sus socios.
Cámara de Industrias de Guayaquil.
Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano – Alemana.
Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social.
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador.
Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador.
SAMBITO – Soluciones Ambientales Totales.- Conservación y Educación Ambiental.
Universidad Espíritu Santo.- Formación Humanística, Científica y Tecnológica.

Los Socios Internacionales que cooperan con CERES Ecuador son los siguientes:

AVINA.- Construcción de vínculos de confianza entre líderes sociales y empresariales.
CapacitaRSE.- Cursos, Seminarios, Conferencias y Servicios de RSE.
Carbon Masters.- Reducción de huella de carbono de empresas y organizaciones.
Forum Empresa.- Fomenta la RSE en el país.
Instituto ETHOS.- Desarrollo de conocimiento, herramientas e impacto en políticas públicas.
Mapeo de Promotores de RSE en América Latina.- Investigación, Sistematización, Difusión.
Merco.- Evaluación Reputacional de las empresas.
Vincular.- Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión de RSE.(CERES, 2014)

IRSE

El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) es otro organismo designado a la investigación de la RSE en el Ecuador. Es un ente privado sin fines de lucro, sus miembros promueven una sociedad más justa y fraternal. El IRSE goza de un grupo de personas capacitadas en varios ámbitos públicos, privados, empresariales, académicos, catedráticos etc.

El IRSE es avalado por el Ministerio de Educación y Cultura de la República del Ecuador.

El IRSE potencia la costumbre y el uso de herramientas e indicadores globales, para que las entidades mejoren la calidad de vida de la humanidad.

El IRSE es el mentalizador de incorporar las diferentes operaciones estratégicas de las instituciones con sus valores éticos y morales.

El IRSE promulga el crecimiento personal, la felicidad de la humanidad, la preocupación por el medio ambiente y el robustecimiento del progreso sustentable.(IRSE, 2014)

Los Organismos impulsores y colaboradores que constituyen el IRSE en el Ecuador son los siguientes:

Mutualista Pichincha.

Pronaca.

Telefónica Movistar.

Adelca.

Maz Motors.

Gps Track.

Diners.

Microsof.

Amanco.

Holcim.

Nestle.

Espae.

Maresa Ensambladora.

Avis.

Kawamotors.

Hospital Metropolitano.

Ocp Ecuador

General Motors.

Eternit.

Corporación Maresa.

Orgu Ford.

Pacificard.
Repsol Ypf.

Dentro de los fundamentos, el IRSE tienen principios y valores que se deben respetar y cumplir a cabalidad, entre los más preponderantes tenemos:

1.- La honorabilidad de la persona humana.- Una comunidad honesta solo se puede hacer respetando la honorabilidad humana.

2.- El bien común.- En la vida hay que obra bien para que la convivencia diaria sea más fácil

3.- La solidaridad.- Hay que cuidarnos los unos a los otros para obtener equidad en honorabilidad, dignidad y derechos.

4.- La subsidiaridad.- Las entidades superiores deben ayudar, apoyar a las comunidades menos favorecidas.

5.- La verdad.- La verdad es fundamental para que la convivencia diaria de las personas sea ordenada y buena.

6.- La justicia.- Ser honrado en lo que le corresponde a cada individuo.

7.- La libertad.- Todo individuo tiene derecho a ser libre y expresar sus sentimientos.

El IRSE en el Ecuador tiene objetivos y metas que a mediano o corto plazo las tiene que cumplir, entre los objetivos y metas más relevantes tenemos:

- 1.- Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- 2.- Educación básica para todos
- 3.- Igualdad de oportunidades para el hombre y la mujer.
- 4.- Reducir la mortalidad infantil.
- 5.- Mejorar la salud de la maternidad.
- 6.- Avanzar en la lucha contra el VIH y otras enfermedades.
- 7.- Asegurar un medio ambiente sano y seguro.
- 8.- Lograr una sociedad global para el desarrollo.

El IRSE del Ecuador pretende que todos sus socios y aliados cumplan con las normas y principios del Pacto Global:

- 1.- Derechos Humanos.
- 2.- Derechos Laborales.

- 3.- Protección del Medio Ambiente.
- 4.- Lucha Contra la Corrupción.

De igual manera el IRSE del Ecuador procura que sus afiliados acaten la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social

- 1.- Gobernanza de la Organización.
- 2.- Derechos Humanos.
- 3.- Prácticas Laborales.
- 4.- Medio Ambiente.
- 5.- Prácticas justas de Operación.
- 6.- Asuntos de Consumidores.
- 7.- Participación Activa y desarrollo de la comunidad.

El IRSE de Ecuador intenta que todos sus miembros implementen el Sistema de Gestión SGE 21 en sus compañías o empresas.

- 1.- Alta Dirección.-** Promover el cambio organizacional mediante la fabricación de un proyecto de RSE, código de conducta, políticas éticas y de anticorrupción.
- 2.- Clientes.-** Satisfacer y proteger al cliente
- 3.- Proveedores.-** Comprar productos de calidad y con registro sanitario.
- 4.- Personas que integran la organización.-** Respetar los derechos humanos, igualdad, salud seguridad laboral y promover el bienestar de los individuos que integran la organización o empresa.
- 5.- Entorno Social.-** Evaluar los impactos positivos y negativos que genera la compañía en su hábitat
- 6.- Entorno Ambiental.-** Prevenir la contaminación y los posibles impactos ambientales relacionados con la actividad.

El IRSE en el Ecuador ofrece sus servicios en diferentes áreas de acción, las cuales podemos mencionar las siguientes:

Información y Difusión

Informar y difundir los verdaderos conceptos y elementos de la RSE, orientando y guiando, para que se difunda hacia toda la comunidad Ecuatoriana.

Formación de Capacidades

El IRSE capacita a las entidades académicas, sindicatos, agrupaciones, etc. Con charlas, seminarios, conferencias.

Investigación y Desarrollo

El IRSE con la tecnología que ofrece hoy en día la comunicación investiga, selecciona y desarrolla diferentes metodologías para insertar la cultura de la RSE en el Ecuador.

1.2. Elementos o implicaciones de la responsabilidad social empresarial

El propósito fundamental de la RSE es de dotar elementos de administración y de gestión coherentes para fomentar un prototipo de compañía o empresa sustentable y sostenible, que complazca las exigencias de los stakeholders o grupos de interés y que sean colectivamente responsables.

En lo que compete a los elementos o implicaciones de la RSE, se han estudiado implicaciones sobre cinco áreas, gobierno corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información y verificación y certificación.

El gobierno corporativo es la manera en que las organizaciones o compañías se estructuran, son administradas e inspeccionadas. La Responsabilidad Social Empresarial implantada al gobierno corporativo incluye la aplicación de los principios sociales y medioambientales. Los gobiernos corporativos que son socialmente responsables buscan complacer y nivelar los valores económicos a todos sus grupos de interés, tanto internos como externos.

La dirección estratégica de la empresa o compañía tiene que estar dirigida a complacer todas las necesidades de los diferentes grupos de interés, siempre tomando la batuta de la innovación, creando productos y servicios que sean del agrado de estos y así poder lograr ventajas competitivas que la posicionen en el mercado local, nacional o internacional.

La gestión promulgará estrategias y sistemas de gestión que abarquen aspectos económicos, sociales y medioambientales. El control interno asumirá la responsabilidad de verificar el cumplimiento de las estrategias sociales, económicas y medioambientales.

La información corporativa y verificación de la empresa u organización se la debe presentar de una forma transparente y honesta, utilizando modelos reconocidos a nivel internacional como lo es el Global Reporting Initiative (GRI). La información presentada debe ser elaborada de acuerdo a los principios de la RSE y también debe ser verificable.

La certificación tiene la misión de convalidar el cumplimiento de la RSE en la organización y también fortalecer los diferentes sistemas de gestión que posee la compañía.(Moneva & Lizcano, 2014)

La implicación de la Responsabilidad Social Empresarial tiene la obligación de colaborar a promover el crecimiento socioeconómico, y que al mismo lapso de tiempo, no sea nocivo, ni

afecte a los recursos naturales y posteriormente a las futuras generaciones, permitiendo a los comercios o empresas mantener su intervención en los mercados, cumpliendo con las expectativas de misión, visión y a la vez mantener una imagen intachable hacia la comunidad.

La implicación de la Responsabilidad Social Empresarial, se la debe integrar de una forma voluntaria, basándose en la ética y en las ganas de ayudar a nuestro entorno más cercano; ya sea en proyectos económicos, sociales y ambientales.

La intervención de la Responsabilidad Social Empresarial debe ejecutar proyectos económicos, sociales y ambientales que trasciendan adecuadamente en la sociedad en la que fomentan sus labores. Esto la lleva a construir una personalidad y sostenibilidad, que le permita responsabilizarse de una forma honesta y racional, a los grupos de interés, con los que se vincula.

Cada vez con mayor frecuencia, las empresas son vistas como ciudadanos corporativos (empresas que cuentan con derechos y responsabilidades sociales básicas, éticas, laborales y medioambientales, que van más allá de la maximización de ganancias de corto plazo) por sus stakeholders (grupos de interés relacionados con la empresa), quienes vigilan y presionan a las empresas para que éstas avancen en el ámbito de la RSE.

La intervención de la Responsabilidad Social Empresarial, está basada en una naturaleza de la empresa mucho más amplia, en la que incorpora la relación de la entidad con diversos grupos e instituciones que integran el contexto social. En este ámbito, se visualiza a la organización como un nuevo centro socializador que será responsable no sólo de las ganancias de los accionistas, sino que también del bienestar de la sociedad en la que se desenvuelve.

La entidad u organización no solo tiene que entregar resultados a sus accionistas y colaboradores, sino que también tienen que manifestar sus decisiones con sus clientes, proveedores, consumidores, instituciones sociales, gobiernos locales y nacionales. Un excelente nexo de la empresa con sus grupos de interés (stakeholders), va a originar confianza, honestidad, transparencia, ética, valores, comunicación y diálogo.(Carapaica, 2009)

1.3. Alcances de la responsabilidad social empresarial

El alcance de la Responsabilidad Social Empresarial es muy amplio y no ha sido delimitado aún por un marco conceptual único a nivel mundial. Sin embargo, se tiene claro que existen ejes o elementos que las empresas o compañías deben considerar como prioridades en una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. Estos ejes son: Gobernabilidad, Público Interno, Medio Ambiente, Comunidades, Mercadeo, Proveedores y Política Pública.

La gobernabilidad tendrá principios y fundamentos éticos, transparencia interna y externa y además cumplir con las normas legales.

El público interno trabajará en condiciones adecuadas y óptimas en lo que se refiere a lo laboral, para que de esta manera se sientan motivados y exista una mayor productividad y desarrollo personal por parte de estos.

La relación con los proveedores tiene que ser de responsabilidad y de sostenibilidad o sustentabilidad, una empresa que es responsable en sus obligaciones u operaciones, transmite ese mensaje de conciencia a todo su equipo de trabajo.

En el mercadeo la empresa tiene que ser responsable con sus clientes o consumidores, dándoles un excelente servicio, que sus transacciones comerciales sean transparentes, ofrecer productos y servicios de calidad, dar soluciones satisfactorias a los diferentes problemas que se susciten, con estos consejos vamos a fidelizar a todos los clientes y además la estructura de la empresa se va a fortalecer.

Al medio ambiente hay que respetarlo y cuidar su entorno, utilizando adecuadamente sus insumos, minimizando las emisiones y residuos.

La relación con la comunidad donde opera la empresa tiene que ser excelente, contribuyendo al desarrollo y superación de la misma, la relación tiene que ser ganar – ganar para las dos partes lográndose ganar la confianza de la comunidad y así poder trabajar en paz y armonía.

En la política pública hay que participar en proyectos conjuntos, sea con los gobiernos de turno local o estatal, con el fin de promover una responsabilidad social empresarial a nivel nacional.(Reyno Momberg, 2008)

1.4. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

La intervención de la RSE en las costumbres empresariales, hace que el nexo entre la empresa y la colectividad sean en dimensiones internas y externas.

La dimensión interna de la empresa debe estar actuando de acuerdo a la ley vigente del país dónde fomenta sus actividades, siendo responsable con sus colaboradores, laborando con ética y transparencia, aprovechando su fuerza o capital humano, para que el negocio pueda prosperar.

Dentro de la dimensión externa se debe empezar a laborar con personas interesadas, como por ejemplo los familiares de los colaboradores y así progresivamente ir trabajando con las comunidades dónde se insertan las empresas, para finalmente mantener relaciones con el estado.(CENTRARSE, 2012)

En la dimensión interna se afecta en primeras instancias al personal, luego se preocupa por la utilización de los recursos naturales, por los cambios tecnológicos y organizativos. La dimensión interna se centra en la gestión de los siguientes ámbitos:

Gestión de recursos humanos.

Vinculadas con:

- Inversión de recursos para la capacitación permanente del personal
- Igualdad de género
- Contrataciones no discriminatorias de personal sin marginar su raza, género o condición social.

Salud y seguridad en el trabajo

Comprende:

- Reconocer los probables accidentes y tomar cartas en el asunto.
- Juntar a todos los trabajadores e identificar a los trabajadores que tiene un considerable conocimiento de los problemas y las posibles soluciones.
- Estar seguro de que la totalidad de sus trabajadores sepan los códigos de cómo actuar ante cualquier eventualidad.

Adaptación al cambio

En situaciones de modificaciones:

- Siempre conservar la estimulación y motivación de los colaboradores y de las colaboradoras.
- Siempre estar atento e interesado a las diferentes inquietudes de todos los individuos afectados por los cambios.
- Estimular la confianza y el diálogo entre las partes perjudicadas.

Ecología interna

Se recalca la obligación de:

- Saber las políticas ambientales.
- Ocupar racionalmente el consumo de agua, electricidad, gas, materiales.

- Arriesgarse por el reciclado de los residuos y de los productos fabricados.
- Comprometer a toda la organización en el respeto al entorno.

La dimensión externa considera la comunicación con las comunidades y diversos agentes con los que la empresa mantiene nexos de diálogo, como entidades asociadas comercialmente, consumidores y consumidoras, autoridades locales y ONG's, entre otros:

Comunidades locales

Las empresas aportan al desarrollo de las comunidades en las que inciden, concediendo plazas de trabajo, salarios, prestaciones sociales e ingresos fiscales. Acciones puntuales en este ámbito son:

- Siempre tomar en cuenta a las organizaciones suministradoras o proveedoras locales.
- Establecer plazas de trabajo en el entorno local donde funciona la empresa.
- Practicar la Responsabilidad Social en proyectos sociales, deportivos, culturales, ambientales, que contribuyan al desarrollo de la comunidad.
- Habituarse a ser colaborativo con la comunidad.
- Realizar operaciones de captación de dinero a favor de causas sociales o ambientales de la comunidad local o global.

Organizaciones asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela

La RSE de la empresa se proyecta hacia sus socias y socios económicos y hacia la cadena de suministro, lo que hace necesario:

- Estar al tanto si se está satisfaciendo las diferentes necesidades de la clientela, proveedores y socios comerciales. Saber si están fidelizando a la clientela y saber si existe una comunicación amable y cordial con estos entes antes mencionados.
- Establecer principios y valores éticos en la política de compras a entidades proveedoras y en materia de comercialización y publicidad, así como en los derechos de los consumidores.
- Establecer alianzas de cooperación con entidades proveedoras y clientela para impulsar la práctica de la RSE.
- Certificar la calidad de las materias primas y del producto o servicio final que se ofrece.
- Fundar organizaciones que promuevan la RSE, particularmente en las PYMES.

Desarrollo Sustentable

La organización debe colaborar con proyectos sociales y ambientales a nivel mundial:

- Dar a conocer sobre los aspectos ambientales y sociales considerados en el producto y/o servicio a producir o prestar.
- Exteriorizar las buenas prácticas ambientales y sociales a lo largo de toda la cadena de valor, involucrando a entidades proveedoras y clientes.
- Aprobar reglas de comportamiento en temas relacionados a derechos humanos, condiciones laborales y gestión ambiental.
- Involucrarse en proyectos de colaboración internacional. (Galicia, 2014)

1.5. Niveles de responsabilidad social empresarial

Existen varios niveles de Responsabilidad Social Empresarial entre los cuales podemos mencionar a los siguientes:

Las entidades mercantilistas, son entidades que promueven la economía y generan enriquecimiento, sólo los directivos y propietarios pueden disfrutar de esta riqueza. Estas entidades viven en permanentes pugnas y disputas porque no se preocupan de sus asalariados o colaboradores.

Las entidades que contribuyen por un futuro próspero, son las entidades dónde los propietarios, directivos y trabajadores distribuyen la fortuna que gesta la organización, estas entidades solucionan las diferentes dificultades y conflictos laborales, pero no solucionan los inconvenientes de su congregación (comunidad) local.

Las entidades que adquieren compromisos sociales locales son entidades que honran los intereses de todos sus grupos de interés (stakeholders): consumidores, trabajadores, directivos, propietarios, proveedores, competidores y en general toda su colectividad local.

Las entidades que adquieren compromisos globales, su compromiso se divulga a la economía global, colabora con los diferentes grupos de interés y con el medio ambiente.

Las entidades que desean transformar el mundo en un sitio seguro y mejor para todos, son entidades que sólo hacen negocios con organizaciones involucradas con los problemas globales y con sus compromisos sociales, negando cualquier pacto con organizaciones que permanecen insensibles ante problemas económicos, sociales y ambientales.

En la humanidad la RSE se expresa en distintos ámbitos, ésta puede ser manifestada en actividades públicas o privadas de cada persona, en el progreso de las familias y grupos

sociales, organismos civiles y establecimientos políticos, en el estado y en sus regímenes públicos.

Otros Niveles:

Responsabilidad básica: Esta responsabilidad se genera por la presencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de reglamentos y hechos que confirmen la tranquilidad y paz de ésta. Por ende, las empresas admiten y asumen las secuelas de su accionar en su ámbito, medioambiente y en los individuos, haciéndose cargo y admitiendo responsabilidades en las consecuencias que causen por el avance de sus operaciones.

Responsabilidad Organizacional: Las responsabilidades se originan debido a las relaciones de la empresa con todos los que se ven directamente afectados por su actividad. La empresa deberá aceptar y estar presto a dar cuenta de su accionar en su ámbito cercano, como lo es su agrupación interna, proveedores y accionistas. Respondiendo a la vez las demandas que estos realicen, y a informar en cuanto al por qué de sus acciones.

Responsabilidad Empresarial: Se fundamenta en concientizar a la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, de esta manera se estará contribuyendo a su desarrollo o progreso, alcanzando y manteniendo el crecimiento sustentable de la empresa.(Reyno Momberg, Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva, 2008)

1.6. Entorno de la responsabilidad social empresarial

Las empresas analizan su proceder en el compromiso de preservar la coherencia de sus labores tanto internamente como externamente. Las entidades argumentan su intervención en el deber de sustentar la transparencia y certeza en sus nexos.

a. Entorno Interno.

Estima como conjuntos de interés a los directivos, a los empleados, a los accionistas y el medio dónde desarrollan sus funciones. Las entidades deben de adjudicarse varios compromisos para garantizar una mejor condición de vida a los colaboradores, un ambiente protegido y más maravilloso para desarrollar sus ocupaciones.

En las labores cotidianas que la empresa realiza en el interior de este ambiente y estimando el grupo de interés que lo constituye, expresa un sinnúmero de responsabilidades, como por ejemplo mantener la seguridad en el trabajo o la existencia de la comunicación para sus dueños y accionistas.

En este entorno se puede reconocer:

La Sociedad Interna: Esta sociedad la constituyen los empleados, dueños y accionistas, en dónde la Responsabilidad Social Empresarial va a ofrecer una mejor calidad de vida, un ambiente tranquilo y agradable para realizar sus labores cotidianas.

Comportamiento Empresarial: Son los principios y valores que estimulan a la empresa, son acciones éticas que son mostradas para una mejor comprensión de los stakeholders o grupos de interés que constituyen este ambiente empresarial y una apariencia real hacia la colectividad.

Vínculo con los recursos naturales: es la obligación con lo que la empresa debe realizar sus actividades, alcanzando la eficacia y eficiencia en la utilización de los recursos naturales, para de esta manera minimizar los impactos dañinos en la colectividad y en el medio ambiente.

b. Entorno Externo

Hay que involucrar directamente a grupos externos a la empresa en iniciativas y proyectos de Responsabilidad Social como: socios comerciales, clientes, proveedores, competidores, gobiernos, etc.

Vínculo con los proveedores: Las empresas al momento de mantener relaciones comerciales, buscan proveedores que tengan la misma ideología de responsabilidad social hacia la comunidad y el medio ambiente.

Vínculo con los clientes: La relación con los clientes se evidencia con el trabajo diario por parte de las compañías en complacer las necesidades de los consumidores o clientes. A los clientes se los debe tratar de una manera justa y esmerada, cumpliendo las diferentes expectativas de estos, pero siempre respetando el medio ambiente. Tomando en cuenta estos puntos de vista se va a mantener una relación larga y duradera con nuestros clientes, y lo más importante poder fidelizarlos.

Vínculo con los competidores: Sería adecuado poder trabajar en conjunto con otras empresas que se dedican al mismo negocio, para poder unir fuerzas e ideas y hacer buenas prácticas de RSE.

Vínculo con Organizaciones no Gubernamentales (ONG'S): Hay que trabajar con entidades sin fines de lucro, estas son entidades que laboran para realizar el bien común, el dinero lo obtienen de personas naturales o personas jurídicas que quieren un futuro mejor para el mundo, dónde se haga conciencia de que es muy importante trabajar con RSE.(Reyno Momberg, Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva, 2008)

CAPÍTULO 2: INDICADORES DE GESTIÓN DE LA RSE

2.1. Definición de los indicadores de gestión de la rse

Los indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son como una radiografía del estado real en que se encuentran las empresas, en relación a sus obligaciones de ética empresarial, y proyectar actividades formativas y de mejora colectiva que respondan a las necesidades reales en función de los ámbitos de RSE menos avanzados.

Los indicadores de RSE son instrumentos de evaluación y rastreo de la gestión de responsabilidad social empresarial, delineados para contribuir con las empresas en el progreso de sus políticas y en la proyección estratégica de sus movimientos de responsabilidad social.

Los indicadores de RSE son mecanismos de autodiagnóstico encaminados a inspeccionar la dirección de la compañía en cada uno de los sectores que integra el comportamiento socialmente responsable. Fundamentándose en el desenlace de esta valoración, se intenta estimular a las empresas para que tomen decisiones de integrar prácticas de RSE dentro de su proyecto estratégico y planteen mecanismos para evaluar su desempeño.

Una mayor ética social y ambiental por parte de los compradores, el incremento de las demandas en el cumplimiento de principios básicos de RSE como requisito adelantado para entablar relaciones de negocios y presiones de los diferentes públicos de interés o stakeholders como empleados, organismos de protección ambiental, organizaciones no gubernamentales (ONG'S), gobiernos, entre otros, han cooperado en el progreso de un sinnúmero de ideas referentes a la RSE en los últimos años. De igual forma, las empresas han descubierto en la RSE un instrumento para aumentar su rendimiento y sobresalir ante la competencia.

En este ambiente, los gerentes, accionistas y administradores de las empresas pueden desarrollar la competitividad de sus comercios dirigiendo su interés no solamente a la situación económica, sino también a aquellos vinculados con su práctica social y ambiental.

La finalidad de la implementación de los indicadores de RSE es servir como manual y estereotipo de medición a las empresas, de tal manera que les permita auto-evaluarse en los diversos sectores que engloba la responsabilidad social. El objetivo final es que las empresas en general sin importar su tamaño ni actividad, encaminen sus funciones en forma

ética y transparente, que garantice su sustentabilidad económica y se involucre con la razón ambiental, mientras enriquece la condición o calidad de vida de sus empleados, clientes, proveedores y comunidad, al mismo tiempo está aportando a la consolidación organizacional.

Los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial deben evidenciar impactos relevantes de la organización o empresa en los ámbitos sociales, ambientales y económicos, o aquellos que podrían tener peso en las valoraciones y resoluciones de los grupos de interés o stakeholders.

2.2. Indicadores de gestión de la rse en el contexto mundial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), empieza en el siglo XX y se afianza en la década de los 50's y 60's; se origina porque las empresas emplean bienes que tiene una colectividad, al usar esos bienes se produce un valor ético y moral que se tiene que recompensar a la colectividad con beneficios. Los comercios establecen fortunas, por ende deben ser socialmente responsables, es primordial que produzcan fuentes de trabajo y tranquilidad en la colectividad dónde desarrolla sus actividades.

Hoy en día las multinacionales, transnacionales, pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel mundial, estrechan sus vínculos con las comunidades dónde realizan sus actividades, con el ánimo de alcanzar un destacado estilo de convivencia; donde la igualdad y el apoyo son indispensables para ser socialmente responsables.

La RSE es cada vez más indispensable dentro del ámbito empresarial, los últimos años han sido fundamentales para que exista esta variación entre las empresas y la colectividad. Mucho tiene que ver en estas variaciones la globalización de los negocios, la ampliación de los mercados, el prestigio de las empresas, los gobiernos seccionales, el nexo de las partes interesadas, la inteligencia y el renombre de la marca. En la actualidad ese vínculo paternalista que existía entre las empresas y la colectividad ha pasado a un vínculo de justicia, compromisos y obligaciones de las empresas en la colectividad.

Las denuncias por parte de los gobiernos seccionales y de la colectividad en general referente a la destrucción ambiental, abuso de los derechos humanos y jornadas laborales a manera de esclavitud por parte de las transnacionales, han influido en estas transnacionales a ser más ambientalistas y socialmente responsables.

Una virtud de la RSE es que promueve la rivalidad de las pequeñas y medianas empresas, mejorando los productos, servicios y los procesos de fabricación, lo que deriva una importante complacencia y lealtad del cliente. A la vez impulsa y origina honestidad por

parte de los colaboradores o trabajadores, incrementando su ingenio y perfeccionamiento en sus quehaceres diarios. Las pequeñas y medianas empresas son las que mayor impresión han originado en la colectividad y en la economía, estableciendo fuentes de trabajo y siendo siempre innovadoras. Las pequeñas y medianas empresas originan dinero, que dividida en forma justa e imparcial producen el crecimiento y adelanto de un país.

Las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador encaran diferentes dificultades e inconvenientes como por ejemplo, inconvenientes en aspectos administrativos y reglamentarios, impuestos con el SRI, la feroz competencia, la carencia de conocimiento y mezcla de toda la información de la zona, muchas restricciones a los créditos por sus elevados costos, exagerados requerimientos, imposiciones de respaldos o garantías y mucha burocracia en los papeleos, deficientes diligencias y panorama táctico de los pequeños y medianos empresario, déficit de capacidad y competencias de los emprendedores, trabas para poder llegar a mercados internacionales, restringido acceso a las tecnologías de la información y la comunicación.

Las pequeñas y medianas empresas son esenciales para la economía de un país, por su aporte como propulsora de plazas de trabajo de mayor calidad, estimulan la economía, impulsan el desarrollo y progreso en el ámbito local, brindan estabilidad laboral y perciben ingresos justos, haciendo que su productividad sea más rentable, mejor y superior.

2.2.1. Indicadores ADEC – ETHOS.

Los indicadores ETHOS son unos instrumentos de evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial. Estos indicadores contribuyen en las diferentes empresas para el desarrollo de sus políticas y en los proyectos tácticos de sus operaciones de responsabilidad social. Este es un instrumento de autoevaluación y estudio para usarlo dentro de la organización.

Los indicadores ETHOS han sido elaborados por organizaciones hispanoamericanas líderes en RSE, bajo la supervisión del Instituto ETHOS, estos indicadores contemplan.

- **Indicadores de profundidad:** Estos indicadores permiten evaluar la etapa actual de gestión de la empresa. Están interpretados por cuatro cuadros contiguos que revelan períodos de determinada práctica, progresando desde una primera a una cuarta fase, con el objetivo de reconocer en qué período o fase de la práctica se encuentra la empresa, igual como se describe a continuación:

Tabla 1. Descripción de los indicadores de profundidad ETHOS

ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
<p>Representa una etapa básica de acciones de la empresa: Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.</p>	<p>Representa a la etapa intermedia de las acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.</p>	<p>Representa a la etapa de acciones avanzadas, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladoras. La Responsabilidad Social y el desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.</p>	<p>Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas para la sociedad.</p>
<p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Fuente: Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial – Estructura y Descripción de indicadores ETHOS

Se escogerá una sola etapa de las 4 etapas, la que más se amolde a la realidad de su empresa. En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de su empresa, se consignará uno de los siguientes motivos:

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa.

- **Indicadores Binarios:** Se componen de preguntas de respuestas binarias (si o no) que califican la respuesta elegida en los indicadores de profundidad. Contiene elementos de validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa. Contribuye, de la misma manera, a la comprensión de las prácticas que deben incorporarse a la gestión de los negocios.
- **Indicadores Cuantitativos:** El tercer tipo de indicadores propone la recolección sistemática de datos, se pueden evaluar según series anuales y cruzarlos con otros datos, no todos los indicadores presentan datos cuantitativos; sin embargo, aquellos que si lo contienen habrán de mostrarse en forma precisa, ya que serán muy útiles en el monitoreo interno de la firma.(PLARSE, 2014)

Para facilitar y generalizar el concepto, se organiza la RSE en siete tópicos a ser considerados:

1. Valores, transparencia y gobernabilidad
2. Público interno
3. Medio ambiente
4. Proveedores
5. Consumidores/clientes
6. Comunidad
7. Gobierno y sociedad.

2.2.2. SA8000.

Norma Internacional SA800

La SA8000 es una certificación voluntaria, elaborada por Social Accountability International con la intención de promover mejores situaciones laborales. La certificación SA8000 se

fundamenta en convenios internacionales sobre las condiciones laborales; comprende temas como justicia social, derechos de los trabajadores, etcétera.

Esta certificación indaga la regulación en temas laborales. Los temas que se abordan son: Trabajo infantil, trabajos forzados, seguridad en el trabajo, libertad de asociación, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración, sistemas de gestión, e identificación de problemas y acciones correctivas.(Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, SA8000, 2012)

La norma SA8000 es verificable a través de un proceso basado en la evidencia. Sus requisitos se pueden aplicar universalmente, independientemente del tamaño de una empresa, situación geográfica o sector industrial.

2.2.3. GRI.

El Global Reporting Initiative (GRI) fue elaborado por organizaciones no gubernamentales como CERES. Su intención es la fabricación de reportes sobre sostenibilidad que sean comparables entre empresas, compañías, organizaciones, asociaciones, entidades, etc. En la actualidad es la guía de mayor uso en las organizaciones. La medición del desempeño considera tres aspectos: económico, ambiental y social.

Además con el paso del tiempo han aportado con indicadores para cada uno de los ámbitos mencionados. También ha generado documentos orientados a la implementación de estos lineamientos en pequeñas y medianas empresas.

El Global Reporting Initiative (GRI) es fundamental para poder realizar las memorias de sostenibilidad, es una guía que sirve para enterarse del cumplimiento económico, social y ambiental de las empresas. El GRI ha sido elaborado para poderlo implementar en cualquier tipo de empresa, sin importar su tamaño. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Indicadores GRI, 2012)

Tabla 2. Indicadores GRI

Medición del desempeño	Indicadores
Económico	Presencia en el mercado Impactos económicos
Ambiental	Materiales Energía Agua Biodiversidad

	Emisiones Efluentes y residuos Productos y servicios Cumplimiento y transporte
Social	Cuestiones Laborales Derechos Humanos Relación y transparencia con la comunidad Ciclo de vida y comunicación de los productos que se generan

Fuente: Responsabilidad Social Empresarial – Indicadores GRI. Emmanuel Raufflet (2012)

2.2.4. Norma mexicana de responsabilidad social.

La Norma Mexicana de Responsabilidad Social fue creada por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC). Se basa en 7 aspectos:

1. Valores éticos y morales.
2. Provecho recíproco de los entes inmiscuidos, como lo son clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidad y medio ambiente.
3. Dirigir.
4. Intervención de los trabajadores.
5. Orientación fundamentada en procedimientos.
6. Planteamiento de una estructura para la administración.
7. Progreso permanente.

La finalidad de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social es suministrar apoyo a las organizaciones que pretendan poner en marcha de forma sistemática la RSE. De igual forma, estimula el uso de un sistema de gestión que integra objetivos éticos, económicos y ambientales para producir bienes y servicios, que, además de satisfacer necesidades, promuevan el desarrollo humano.

2.2.5. OCDE.

Las directrices de la OCDE son vistas como una norma voluntaria, buscan que las empresas multinacionales consideren las políticas de los países en que operan, así como los distintos grupos de interés con los que interactúen.

Las directrices de la OCDE decretan que se deben honrar los derechos humanos de las personas y participar con la sociedad, también exige ejecutar las normas legales

ambientales, fiscales, de seguridad y de salud. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Directrices de la OCDE, 2012)

Tabla 3. Recomendaciones de la OCDE

Recomendaciones	Descripción
Revelación	Las empresas tienen que dar a conocer al público en general información relacionada con sus actividades, estructura, situación financiera y desempeño
Empleo y relaciones industriales	Respeto a los derechos de los trabajadores, evitar la discriminación y la explotación infantil, contar con instalaciones seguras para los trabajadores.
Medio Ambiente	Mantener un sistema de administración ambiental a través del cual las empresas analicen los impactos de sus operaciones en materia de salud, medio ambiente y seguridad.
Combate a la corrupción	Evitar prácticas corruptas como el pago a funcionarios de gobierno o a empleados de otras empresas para obtener contratos. Motivar la transparencia en actividades de administración y finanzas.
Intereses de los consumidores	Ofrecer productos y servicios de calidad asegurándose de actuar de manera justa y acorde con las prácticas de mercadotecnia y publicidad establecidas.
Ciencia y tecnología	Asegurar que las actividades de la organización sean compatibles con las políticas de ciencia y tecnología establecidas por el país que se está operando para contribuir al desarrollo en ese país.
Competencia	Evitar prácticas que vayan en contra de las leyes y regulaciones en materia de fijación de precios, licitaciones, restricciones de producción y repartición de mercados.
Impuestos	Cumplir en tiempo y forma con el pago de impuestos.

Fuente: Responsabilidad Social Empresarial – Directrices de la OCDE. Emmanuel Raufflet(2012)

2.2.6. Principios CERES.

Los Principios CERES fueron desarrollados por la organización internacional conocida como Coalición de Economías Ambientalmente Responsables, la cual está conformada por inversionistas, fundaciones, sindicatos y grupos de interés sin fines de lucro. El propósito de

CERES es que las organizaciones publiquen regularmente el desenlace de su administración medio ambiental. Entre los principales principios tenemos:

1. Preservar el medio ambiente.
2. Utilizar correctamente los recursos naturales.
3. Disminución y emanación de residuos.
4. Resguardar la energía.
5. Decrecimiento de accidentes.
6. Productos y servicios fiables.
7. Renovación y rehabilitación del entorno.
8. Informar a los grupos de interés sobre transacciones que los perjudiquen.
9. Argumentar al directorio que verdaderamente nos interesa la conservación del medio ambiente.
10. Publicaciones medio ambientales.

Una vez que una organización admite tales principios, oficializa su responsabilidad de progreso permanente, además de revelar su inquietud por el medio ambiente y el interés de exponer los resultados a la sociedad.

2.2.7. Pacto mundial.

El Pacto Mundial de 1999 se fundamenta en la ejecución de los diez principios adoptados por las grandes empresas del mundo. La finalidad es la de respetar los derechos humanos, los derechos laborales, el cuidado al medio ambiente y luchar contra la corrupción.

El Pacto Global incita a las organizaciones a ejecutar los diez principios fundamentales, constituidos en cuatro áreas distintas:

- Derechos Humanos

Honrar y defender los Derechos Humanos.

No violar los Derechos Humanos.

- Derechos Laborales

Excluir el trabajo obligado y de sometimiento.

Descartar el trabajo infantil.

Suprimir la discriminación laboral.

- Derechos Medioambientales

Respaldar a los problemas o asuntos medioambientales.

Motivar y apoyar a los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial.

Estimular el progreso y la aplicación de tecnología sustentable.

- Guerra a la corrupción

Combatir todo tipo de corrupción, tomando en cuenta la extorsión y el soborno.(Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Pacto Mundial, 2012)

En el Pacto Global se instauran coloquios donde se estudia a profundidad el empleo de estas herramientas de Responsabilidad Social Empresarial, además se crean tácticas de comunicación entre las organizaciones u sus grupos de interés.

La implementación de la utilización de los principios de RSE del Pacto Global en las empresas es de manera voluntaria.

2.2.8. Estándar de aseguramiento AA1000.

El Estándar de aseguramiento AA1000 provee de instrumentos y estándares efectivos para el aseguramiento y la responsabilidad empresarial; asimismo, ofrece desarrollo y certificaciones profesionales, a la vez realiza investigaciones de primera línea. La regla AA1000 es una práctica general para valorar, probar y reforzar la creencia y clase de la memoria de sustentabilidad de una empresa.

El propósito del estándar de Aseguramiento AA1000 es la de exponer hacia la colectividad los resultados alcanzados con la utilización de dicha herramienta, para que de esta manera la colectividad juzgue si está cumpliendo o no con la Responsabilidad Social Empresarial. Consta de tres principios:

1. Relevancia, es decir, que la organización considere aquellos aspectos relacionados con el desempeño sustentable que son importantes para la toma de decisiones de los grupos de interés.
2. Exhaustividad, con lo que se trata de entender los aspectos materiales del desempeño sustentable.
3. Capacidad de respuesta de la organización a las inquietudes de los grupos de interés, políticas y estándares.

2.2.9. ISO 26000.

La norma ISO 26000 es un manual universal, que puede adaptarse en cualquier modelo de empresa. Dentro de sus primordiales semblantes tenemos: importancia de la RSE, descripciones de la RSE, principios esenciales, comprobación de la RSE y responsabilidad de los stakeholders a través de la administración política gremial, los derechos humanos, las costumbres laborales, el entorno, las transacciones éticas, los compradores y el progreso de la colectividad.

La norma ISO 26000 ayuda de nexo entre los principios y fundamentos implantados en temas de RSE y los distintos proyectos que muestran indicadores más precisos; de esta manera, se ubica como un manual para ciertas empresas que tienen inclinación en presentar sus evoluciones en asuntos de RSE y sustentabilidad.

La norma ISO 26000 no se presenta como un modelo de gestión, por lo que no puede obtenerse una certificación externa. La ISO 26000 se queda a nivel de lineamientos y recomendaciones, es decir, es de carácter voluntario. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, ISO 26000, 2012).

2.2.10. Indicadores de gestión de la rse en Ecuador.

Hoy en día las empresas Ecuatorianas poco a poco van haciendo conciencia de que para poder operar en el país se debe implementar la Responsabilidad Social Empresarial de una manera sustentable en lo económico, social y ambiental. Las empresas Ecuatorianas están adoptando la cultura de realizar Responsabilidad Social Empresarial de una forma íntegra, en base a proyectos que perduren y se comprometan por el tiempo que la empresa permanece en el mercado. Las empresas Ecuatorianas están colaborando en proyectos enfocados en salud, educación, alimentación y lo más importante que se están comprometiendo a estar en permanente contacto con la comunidad en dónde realiza sus actividades.

Las empresas Ecuatorianas tienen que saber diferenciar entre Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía o Caridad, que son donaciones esporádicas, que no crean valor social, que son proyectos momentáneos y que no se involucran con la comunidad en dónde se desenvuelven.

En nuestro país tenemos algunas empresas aliadas y asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial, son empresas inteligentes que han aceptado insertar en sus organizaciones las diferentes herramientas de Responsabilidad Social Empresarial con la ayuda y supervisión de las dos entidades certificadas y avaladas de manera internacional como lo son CERES e IRSE. Implementar las prácticas de RSE dentro de las empresas Ecuatorianas a la postre

les va a servir como ventaja competitiva y además les va a generar más rentabilidad económica y gratitud por parte de las comunidades favorecidas.

Entre las empresas Ecuatorianas más reconocidas a nivel nacional que han decidido implementar la RSE, tenemos:

Banco Pichincha.- Servicios Financieros.

Banco de Guayaquil.- Servicios Financieros.

Corporación la Favorita.- Servicios y Comercio.

Pronaca.- Procesadora y Comercializadora de Alimentos.

TC Televisión.- Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A.

Telefónica Movistar.- Compañía de Comunicación.

Yanbal.- Venta de productos de belleza.

Fundación Repsol YPF.- Contribuye al desarrollo social del país.

Fundación Holcim Ecuador S.A.- Programa de desarrollo comunitario.

CapacitaRSE.- Cursos, Seminarios, Conferencias y Servicios de RSE.

Carbon Masters.- Reducción de huella de carbono de empresas y organizaciones.

Forum Empresa.- Fomenta la RSE en el país.

Universidad Espíritu Santo.- Formación Humanística, Científica y Tecnológica.

General Motors.- Empresa de Vehículos.

Jw Marriot.- Empresa de Alojamiento.

Kimberly-Clark Ecuador S.A.- Productos para el cuidado de la salud e higiene familiar.

Kinnross Ecuador.- Minera Internacional.

CAPÍTULO 3: HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA RSE EN AMÉRICA LATINA

3.1. Alcance de las iniciativas en materia de rse

En la actualidad las empresas aceptan cada vez más su responsabilidad social, pero también muchas de las empresas no aceptan las prácticas de gestión pertinentes en lo que respecta a RSE. La distribuidora Verdezoto en su gestión de aceptar la RSE debe acatar de una forma íntegra la RSE en todos sus departamentos. Las empresas precursoras de la RSE pueden apoyar a universalizar las costumbres socialmente responsables mediante la divulgación de las mejores prácticas.

La Responsabilidad Social Empresarial, sólo puede ser alcanzada por las mismas empresas, los gerentes, los trabajadores, la comunidad, los clientes y los proveedores, pueden ayudar a que este proyecto se pueda hacer realidad y cristalizarlo; y así poder trabajar de manera honesta y transparente por el bien de la humanidad.

Verdezoto, debería de abordar sus responsabilidades y las relaciones con sus grupos de interés, también debería adoptar una declaración de principios, código de conducta o un manifiesto dónde señalan sus objetivos y valores fundamentales y responsabilidades para con sus grupos de interés.

Estos valores deben fomentarse en toda la distribuidora, desde las estrategias hasta las decisiones del día a día, esto implica prácticas cotidianas en lo económico, social y medioambiental, evaluar los resultados en las áreas antes mencionadas, Verdezoto tiene que tener un equipo de evaluadores, realizar auditorías económicas, sociales y medioambientales permanentes, establecer programas de educación y capacitación continua para el personal de la distribuidora Verdezoto.

A futuro la Responsabilidad Social Empresarial se transforma en una clave total del proyecto estratégico corporativo y de sus procedimientos diarios, se necesita de la unión y colaboración de los gerentes y de los empleados para tomar decisiones de negocio fundamentándose en criterios formados que ayuden al surgimiento y desarrollo de la empresa. Los modelos ambiguos de administración empresarial, gestión estratégica o ética empresarial no son los más adecuados en este nuevo ambiente tan globalizado.

3.2. Iniciativas que establecen principios de rse

Gran cantidad de empresas de todos los tamaños, grandes, medianas, pequeñas, tanto en los países desarrollados y subdesarrollados, intervienen en acciones de RSE. La RSE es un fenómeno moderno que se lo debe ir implementando de a poco en las empresas.

El dinamismo espontáneo en lo referente a temas de Responsabilidad Social Empresarial ha dado la pauta para que las empresas puedan ir adquiriendo experiencia en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y así poder operar de forma legal, ética y transparente. Los gobiernos locales deberían apoyar la iniciativa de poder insertar la Responsabilidad Social Empresarial en los diferentes tipos de empresas sin importar cuál sea su actividad, apoyándolos con seminarios y charlas de capacitación para sus gerentes y trabajadores.

Las iniciativas que establecen los principios de RSE son muy resistidas y no acatadas por algunas empresas, porque no incorporan los derechos humanos, los derechos laborales, el progreso colectivo, derechos de los consumidores, aspectos relacionados con el soborno y la corrupción, salud ocupacional, protección y las leyes ambientales, pero esto no debería ser así, más bien las empresas deberían acatar y tomar muy en cuenta todas estas iniciativas para que no sean mal vistas por la sociedad y tengan mala reputación que al final les puede afectar en su desenvolvimiento y les pueda ocasionar un cierre temporal o en un futuro cercano el cierre definitivo de operaciones por no respetar dichas iniciativas.

3.3. Pacto mundial

Declarado en 1999, en el foro Económico Mundial con la intención de alcanzar un compromiso espontáneo en temas de Responsabilidad Social Empresarial por parte de las entidades que se asociaran. Su propósito es la de establecer políticas y prácticas de RSE corporativas, ligado a principios y valores éticos universales ajustables a nivel internacional. El Pacto mundial se compone de 10 principios divididos en cuatro áreas: derechos humanos, circunstancias laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, cabe indicar que en la propuesta de RSE para la distribuidora Verdezoto se diseñara instrumentos que recojan estas prácticas.

Para la implementación del programa de Responsabilidad Social Empresarial se fundamentará en los 10 principios del pacto mundial, pero acondicionado a las necesidades que tiene la distribuidora y que se puntualiza de la siguiente manera:

En lo que concierne a derechos humanos la distribuidora se guía en 2 principios:

1. La Empresa debe respaldar y honrar la conservación de los derechos humanos primordiales identificados a nivel mundial.
2. La Empresa debe cerciorarse de que su empresa no es partícipe de la violación de los derechos humanos.

En lo que tiene que ver a estereotipos gremiales se planteará en base a 4 principios:

1. Respalda y acepta al gremio de trabajadores.
2. Suprimir las labores duras y obligatorias.
3. Reprimir el trabajo infantil.

4. Prohibir la marginación laboral y ocupacional.

En lo referente al medio ambiente la distribuidora se concentrará en 3 fundamentos.

1. Estar alerta ante cualquier eventualidad medioambiental.
2. Formar una cultura de mayor madurez ambiental.
3. Estimular el progreso y la innovación de tecnologías que sean amigables con el medio ambiente.

Posteriormente la distribuidora se enfocará en la lucha contra la corrupción y erradicarla de raíz para poder ser una distribuidora modelo a nivel nacional.

3.4. Directrices de la OCDE

Las líneas directrices de la OCDE para las empresas como la distribuidora Verdezoto son consejos sobre principios y normas de cómo obtener una conducta empresarial responsable en toda la organización, siempre apegados a las leyes vigentes en el país y a las leyes vigentes a nivel internacional.

Las primordiales directrices que se emplearan en la distribuidora Verdezoto establecen leyes de comportamiento empresarial responsable, íntegro y pactado por sus accionistas y se detalla a continuación:

1. Coadyuvar al progreso económico, social y medioambiental para lograr un desarrollo sustentable en la ciudad de Cuenca y su entorno de trabajo.
2. Cultivar la cultura y el compromiso, por parte de los trabajadores de la distribuidora, sobre las políticas de la distribuidora mediante la divulgación adecuada de las mismas, inclusive a través de temas de instrucción para los implicados.
3. Privarse de cualquier intromisión ilegal en las diligencias políticas locales.
4. Tomar en cuenta a los grupos de interés permitiéndoles oportunidades verdaderas de intervención a la hora de planear y tomar resoluciones alusivas a planes u otras tareas.
5. La publicación de la información de la distribuidora Verdezoto contener lo siguiente:
 - Los estados financieros.
 - Los objetivos empresariales.
 - Las participaciones significativas de accionistas y los derechos de voto.
 - La política de remuneración de los miembros del consejo de administración y de los principales directivos.
 - Las distintas transacciones de la empresa con sus diferentes proveedores.
 - Los factores de riesgo previsible.
 - Los asuntos relacionados con los trabajadores y con sus diferentes públicos.

3.5. Principios CERES

En Latinoamérica se han creado indicadores y herramientas de RSE que pretenden estructurar las actuaciones que las empresas desarrollan para fomentar el progreso del sector donde trabajan. En Ecuador se encuentra CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social) es una organización conformada por empresas públicas y privadas sin fines de lucro, que impulsan las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial sustentable. Las empresas ecuatorianas tienen que ser más justas y sustentables para que puedan afianzarse en el mercado local, nacional e internacional.

Con relación a este impulso, hay que tomar en cuenta para la distribuidora Verdezoto lo siguiente:

1. Hay que colaborar con el crecimiento del país, cumpliendo con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, acatando los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y aceptando las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo.
2. Programar, preferir, designar, controlar e inspeccionar las labores de los trabajadores y sus funciones, apuntes y horarios.
3. Promocionar prácticas de imparcialidad y honradez, de forma que todo el personal se comunique y se integre.
4. Gestar ganancias intentando la evolución íntegra de la colectividad. La distribuidora Verdezoto se responsabiliza de coordinar un progreso económico y fértil sustentable con la consideración y la defensa del medio ambiente y de la colectividad.
5. Enseñar moralidad en todas las transacciones en las que se participe, ser éticos y transparentes en todas las resoluciones que se concrete.
6. Efectuar un marketing responsable con una disputa leal en la producción, promoción y distribución de los productos y servicios que se ofrece.
7. Vigilar que en la distribuidora no exista ningún tipo de discriminación en ninguna instancia, contexto, contratación, alianza, raza, religión, orientación sexual, color de piel, estatus económico, género, nacionalidad, estado civil, edad, responsabilidades familiares o discapacidad.
8. Participar con los grupos de interés de forma apropiada, clara y escuchando sus necesidades y expectativas.
9. Promover la contribución y el respaldo recíproco entre los miembros y asociados, con el propósito de robustecer una expectativa responsable en todos los ámbitos de las actividades económicas, ambientales y sociales.

10. Exponer una documentación anual de sus movimientos y uso del dinero a todos los asociados. Tener a mano los documentos relacionados a sus actividades contables y financieras para mostrárselos a sus asociados con total claridad en cualquier oportunidad que estos lo requieran.

3.6. Instrumentos de gestión de la rse

El presente documento facilita información referente a los antecedentes de los principales instrumentos de responsabilidad social empresarial utilizados en las diferentes empresas (RSE). Presenta una orientación comprensible de entender relacionado con sus características, tendencias, con la finalidad de tener una mejor comprensión de estos instrumentos.

El documento es un compendio de informes relacionados con los diferentes instrumentos y herramientas de la RSE, explicando para que sirven y cuales son sus diferentes competencias.

El avance sustentable en un futuro cercano podría ser el principio de una racha de éxitos, las organizaciones requieren evolucionar, insertar, vigilar e innovar las tácticas de sustentabilidad colectiva, a la vez ser más sustentables (para sí mismos y la colectividad) y también ser más exitosas en términos económicos financieros.

Las circunstancias ambientales se aplican para reconocer la trascendencia del avance sustentable y los asuntos relevantes de sustentabilidad. La relevancia en materia de sustentabilidad para las diversas administraciones son de vital importancia para la subsistencia de las empresas.

Los asuntos de la visión y misión de la empresa, el deber de sustentabilidad y la cultura organizacional están conectados entre sí para obtener un mejor progreso corporativo. El progreso de una estrategia eficaz y eficiente de sustentabilidad corporativa es parte de la táctica de Responsabilidad Social Empresarial. La inserción de la táctica de sustentabilidad en las diversas ocupaciones corporativas es parte del nivel funcional.

3.7. Global reporting initiative (GRI)

Fue creada por organizaciones no gubernamentales como CERES. Su finalidad es la elaboración de informes sobre sustentabilidad que sean comparables. En la actualidad es la guía de mayor uso en las organizaciones. La medición del desempeño considera tres aspectos: económico, ambiental y social. El GRI ha progresado con el tiempo. El GRI ha creado informes dirigidos a la inserción de estos lineamientos en las pequeñas y medianas empresas.

La distribuidora Verdezoto utilizará el GRI para la identificación de los temas relevantes de

sostenibilidad y para el progreso de la colectividad, además mejoraría la calidad de los informes de sostenibilidad y, en consecuencia, su valor para los usuarios de la información.

3.8. Estándar de aseguramiento AA1000

El estándar de aseguramiento fue desarrollado por Accountability, es una empresa británica que promueve la responsabilidad social empresarial para tener un progreso sostenible. El AA1000 proporciona de instrumentos y estándares prácticos para el aseguramiento y la responsabilidad empresarial. El instrumento AA1000 es un estándar para valorar, constatar y reforzar la afirmación e importancia del informe de sostenibilidad de una entidad. Su meta es fomentar la rendición de cuentas de las entidades.

Las principales características de la AA1000 que se adaptarán a la distribuidora Verdezoto Cia. Ltda serán:

1. Importancia, la distribuidora va a tener en cuenta cuestiones vinculadas con el progreso sostenible que son indispensables para las resoluciones de los grupos de interés.
2. Integridad, con los temas relacionados al cumplimiento sostenible.
3. Aptitud de resolución de la distribuidora ante las diferentes preocupaciones de los grupos de interés, políticas y estándares.

3.9. Indicadores de la gestión de rse

Las pequeñas y medianas empresas desarrollan varias operaciones que tienen que ver con la responsabilidad social, pero, sobre todo, que están alineadas al negocio en sí. Entre las prácticas de mayor interés están: derechos humanos, prácticas laborales, responsabilidad del producto y del ambiente, a continuación se presenta los indicadores para la distribuidora Verdezoto. Cia Ltda.

Tabla 4. Uso de indicadores y estándares de RSE en la gestión

INDICADOR	¿PARA QUÉ SIRVE?
1. Definición y seguimiento de políticas de responsabilidad social	
a) Gobierno corporativo	La existencia de políticas que den marco al desempeño de la PYME en materia ambiental, social y económica, demuestra el compromiso serio con el entorno.
b) Código de ética	
c) Seguridad, salud y trabajo	
d) Medio ambiente	
e) Desarrollo de la comunidad	
f) Marketing responsable y protección al consumidor	
g) Diálogo social	
h) Inversión social	

i) Donaciones, voluntariado y filantropía	
j) Educación	
k) Desarrollo de la cadena de proveedores	
2. Valor agregado generado y distribuido	Refleja la contribución económica de la PyME a los diferentes grupos de interés y demuestra que genera valor para la sociedad en su conjunto y no sólo para el accionista o propietario
3. Indicadores de generación del valor agregado	
a) Ingresos	
Concentración de clientes	Demuestra la dependencia o no de la PyME a un conjunto limitado de clientes
Destino geográfico de las ventas	Demuestra cómo la PyME es proveedora de bienes y/o servicios a diferentes geografías y con ello obtiene recursos de su inserción local, regional o nacional.
Ingresos por tipo de Producto y por segmento de negocio	Demuestra la dependencia o riesgo de sustentabilidad frente a variaciones en la demanda de productos o en los segmentos que atiende
Satisfacción de clientes	Demuestra cómo la PyME es capaz de prestar diferentes soluciones a diferentes problemáticas y para grupos económicos.
	Demuestra el grado de satisfacción que les ha generado a sus clientes para un determinado período o los riesgos consiguientes y aporta información sobre las acciones mitigantes de dichos riesgos.
b) Origen de los componentes del costo y promoción de cadena de proveedores y desarrollo de Pymes	
Cantidad de proveedores por región geográfica	Oportunidades de generación de negocios y empleo e impacto económico en las diferentes zonas geográficas.
Cantidad de proveedores por tamaño del proveedor y por volumen de compras	Oportunidades de generación de negocios y empleo e impacto económico en los diferentes niveles socio-económicos de la cadena de proveedores

Categorización de proveedores por adhesión a estándares de responsabilidad social	Generación de mayores oportunidades de negocios en aquellos proveedores que promueven y aplican buenas prácticas de RSE
Plazo de pago por tipo de proveedor	Demuestra cómo la compañía da oportunidades de negocios a empresas de diferentes tamaños con un trato financiero justo
4 - Indicadores de distribución del valor agregado	
Cantidad de empleados, (clasificados por sexo, por procedencia étnica, por función, por edad, por antigüedad)	Refleja el fomento de la diversidad de la compañía en materia de empleo: promoción del empleo de la mujer, respeto de las comunidades locales, fomento del empleo.
Promedio anual de ingreso por empleado, general y por rango	Transparencia pública sobre remuneraciones, justicia y equidad en las remuneraciones
Relación entre salario menor y salario mayor	
Relación entre remuneración variable y fija.	
Beneficios sociales	Demuestra el aporte de la PyME a los trabajadores más allá de la remuneración
Planes de pensión obligatorios o voluntarios	Demuestra el aporte de la PyME a los trabajadores para hacer frente a su retiro
Clima organizacional	Sus resultados reflejan el grado de satisfacción de los colaboradores con la PyME y demuestra los riesgos en relación a las personas y su percepción sobre la gestión.
Estado	
Impuesto a la renta	Demuestra la estrategia empresarial en relación a la oportunidad del cumplimiento de sus obligaciones tributarias
Impuestos por cuenta del estado	Demuestra cómo la PyME está siendo un agente recaudador de impuestos para el Estado
Impuestos federales y estatales	Refleja la contribución a través de los diferentes tipos de impuestos, de la PyME al Estado Nacional, Provincial o Regional.
Accionistas	
Cantidad	Demuestra el grado de concentración de la propiedad
Relación entre valor contable de la acción y capitalización en bolsa.	Refleja el plus en el valor en las expectativas de la sociedad (valor de la acción) en relación con el patrimonio contable
Dividendos pagados	Remuneración a la participación accionaria

Comunidad y Medio Ambiente	
Inversión en proyectos de interés social	Divulga cómo la PyME ha colaborado económicamente en iniciativas de tipo comunitarias
Inversión en medio ambiente	Demuestra cómo la PyME ha colaborado en la protección ambiental
Horas donadas para trabajos voluntarios	Demuestra el estímulo de la PyME a la acción comunitaria
Donaciones	Refleja cómo la PyME ha destinado recursos a proyectos específicos a la comunidad
Indicadores de gestión ambiental	
Estudios de Impacto Ambiental	Demuestra el grado de adhesión a buenas prácticas de prevención y mitigación de riesgos ambientales y Auditorías ambientales grado de cumplimiento a la normativa
Auditorías ambientales	
Rehabilitación de terrenos	Describe las campañas, programas y resultados destinados a la reducción de la huella en materia ambiental
Reducción de emisiones	
Inventario de gases	
Consumo de energía	
Generación y disposición de residuos	
Reciclaje y recuperación de desechos	Describe las campañas, programas y resultados destinados a la reducción de la huella en materia ambiental
Energías renovables y alternativas	Esfuerzos de la PyME por utilizar energías provenientes de fuentes renovables o no convencionales y disminuir así la huella ambiental
Consumo de agua	Esfuerzos de la PyME por disminuir la cantidad de agua consumida, por unidad producida.

Fuente: Indicadores mínimos para medir la gestión de sustentabilidad empresarial en América Latina. Luis Perera (2009)

**CAPÍTULO 4: PROPUESTA MODELO DE RSE PARA LA DISTRIBUIDORA JOSÉ
VERDEZOTO**

4.1. Objetivo

Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (Memoria de Sostenibilidad), cuya finalidad es la de brindar información (rendir cuentas) económica, social y ambiental que realiza la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca a todos sus grupos de interés o stakeholders (accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad, entorno y estado.)

4.2. Alcance

El alcance de la propuesta o diseño del Programa de Responsabilidad Social Empresarial (Memoria de Sostenibilidad) para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto, va dirigido a sus diferentes grupos de interés como:

Accionistas

Brindando información transparente referente a las ventas del año precedente, activos, pasivos, patrimonio, utilidades netas, estado de resultados, impuestos pagados, impuesto a la renta y más información propia del área de operación.

Trabajadores

Ofrecer información relacionada con las políticas de recursos humanos, pagos de salarios, beneficios de acuerdo a la legislación ecuatoriana, crear un ambiente de trabajo que incentive a los trabajadores a traer nuevas ideas y opiniones sobre la empresa, los comentarios y sugerencias son importantes para un mejor desempeño de la distribuidora. Ofertar desarrollo personal que estimulen a los trabajadores a progresar en la profesión y perfeccionar su formación sin discriminar al trabajador por su raza, etnia, sexo, edad, religión, orientación sexual, deficiencia física o mental.

Clientes

Tratar de comunicarse permanentemente con sus clientes (farmacias) a través de los diferentes canales existentes (verbal, e-mails, llamadas, etc.).

Practicar marketing responsable y proteger al cliente, ofreciéndole productos y servicios de calidad.

Incentivar al cliente (farmacias) a que diariamente en su trabajo practique íntegramente la responsabilidad social empresarial.

Fidelizar y satisfacer al cliente para que la distribuidora cada día pueda crecer en lo económico, social y ambiental.

Proveedores

Realizar licitaciones y negocios transparentes.

Mantener una excelente relación de respeto y cordialidad, cumpliendo los contratos pactados.

Involucrar a los proveedores para que también asuman compromisos de responsabilidad social empresarial.

Comunidad

Invertir en proyectos de interés social comunitarios (salud, educación, cultural, deportivos)

Donar horas para trabajos voluntarios comunitarios (adecuación y reconstrucción de la comunidad)

Identificar los problemas de la comunidad y buscar soluciones en forma conjunta.

Entorno

Colaborar con prácticas amigables con el medio ambiente, como reducir el consumo de papel, agua, energía, plástico.

Estado

Cumplir con las obligaciones tributarias (impuestos).

4.3. Indicadores económicos, sociales y ambientales José Verdezoto (GRI)

**Memoria de Sostenibilidad para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos
José Verdezoto Cía. Ltda. De la ciudad de Cuenca, año 2014.**



La distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no posee una memoria de sostenibilidad que ofrezca información relacionada a sus actividades económicas, sociales y ambientales.

Esta memoria de sostenibilidad se basará en la metodología e indicadores señalados por el Global Reporting Initiative (GRI), en dónde se reportan las diferentes actividad que realiza la distribuidora.

Lo que contendrá esta memoria, es la síntesis de toda la información que generan los diferentes niveles de la organización. Las cifras se presentarán en dólares.

Entre los principales grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la distribuidora están los accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad, entorno y estado.

Mensaje del Gerente General



Estimados Amigos:

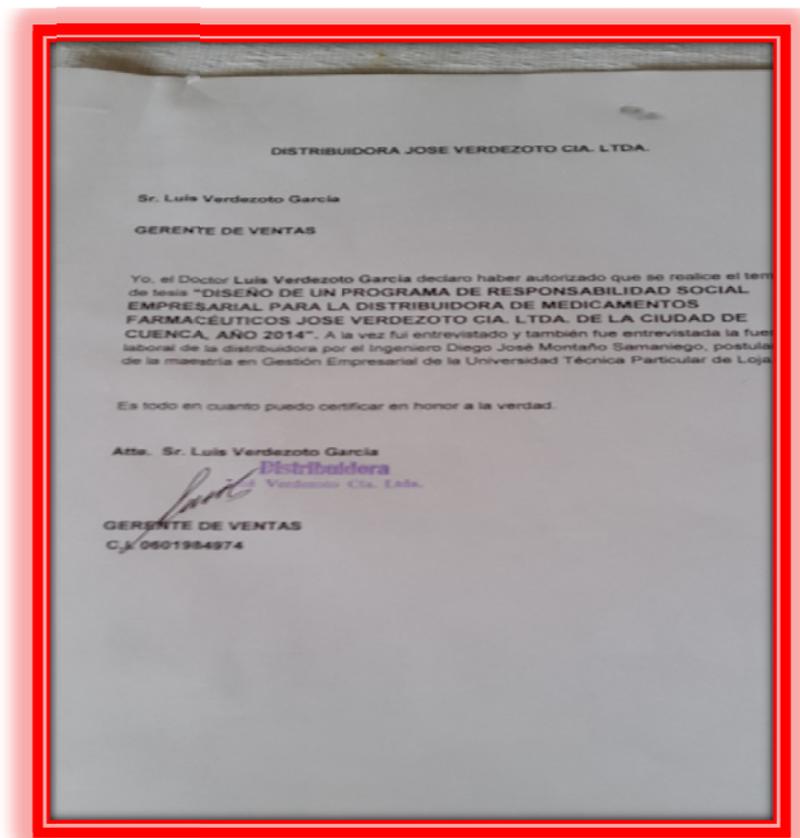
El año 2014 se va a ver plasmado y reflejado en una memoria de sostenibilidad, el trabajo arduo de los colaboradores y demás grupos de interés con los cuales la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca tiene relación. El informe comprenderá aspectos económicos, sociales y ambientales.

Esta distribuidora joven de medicamentos farmacéuticos de a poco se ha ido ganando un espacio dentro del mercado local, regional y nacional, evidenciándose en el crecimiento de la misma, ofreciendo productos y servicios farmacéuticos de calidad para el austro ecuatoriano (Azuay, Cañar, El Oro, Zamora, Loja), Morona Santiago, Chimborazo y parte de la provincia del Guayas.

Para finales del 2014 la idea de la distribuidora es la de implementar la facturación electrónica y así contribuir con el medio ambiente, contaminándolo cada vez menos.

La distribuidora José Verdezoto, cada año presenta sus estados de resultados, por ende transparenta sus operaciones con el pago de impuestos que ayudan para que el Estado Ecuatoriano pueda realizar obras sociales.

Certificación y Autorización del Gerente Luis Verdezoto García



Antecedentes generales de la empresa

DISTRIBUIDORA JOSÉ VERDEZOTO



La distribuidora José Verdezoto Cía. Ltda. Nace en el año de 1992 por iniciativa del Dr. José Verdezoto, al estar involucrado 22 años en el mercado farmacéutico, con la finalidad de crear una compañía de responsabilidad jurídica para dar un servicio más personalizado y eficiente en el Austro del país.

En el año de 1994 la empresa incluye como socio al Sr. Luis Verdezoto para realizar la supervisión, manejo de clientes y la capacitación de la fuerza de ventas, para orientarlos.

Por el año 2001 comenzó a liderar en el austro al ser el distribuidor número uno según el IMS (empresa que se encarga de medir este sector), desde allí hasta la fecha la empresa se ha mantenido en esa posición.

Es una comercializadora e importadora de productos farmacéuticos, atendiendo a farmacias, clínicas, hospitales privados y públicos.

En la actualidad la distribuidora se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca en las calles Riofrío y José Vinuesa.

La distribuidora José Verdezoto cuenta con un moderno sistema de ventas móvil que se llama SIMA, además posee un amplio stock de medicinas nacionales e internacionales para poder satisfacer las necesidades de todos sus clientes provenientes del austro ecuatoriano, Morona Santiago, Chimborazo y parte del Guayas.

Imagen Corporativa



Se cree conveniente el diseño de la imagen corporativa de la Distribuidora Verdezoto con un logotipo y eslogan que identifique a la empresa y por ende quede en la mente del consumidor.

Contenido del Logotipo

La Distribuidora Verdezoto contará con un renovado logotipo con el fin de brindar una moderna imagen que permita posicionarse en el mercado y en la mente del consumidor.

Es importante la utilización de un logotipo que identifique a la Distribuidora Verdezoto, el logotipo que se diseñó, es un elemento gráfico que representa a la empresa, dónde se incluyó símbolos lingüísticos asociados con la misma, en el gráfico se observa un ejecutivo de ventas, que significa atención y rapidez para el consumidor, colocando colores que den vitalidad y que armonicen con el logotipo.

Eslogan

Es necesario el diseño de un eslogan para la Distribuidora Verdezoto, el mismo que se considera el medio publicitario más efectivo para lograr la atención de varios sectores sociales, sobre un determinado producto, en este caso los medicamentos farmacéuticos.

“Su verdadero socio comercial”

Contenido del eslogan

Mensaje claro

Llama la atención del consumidor

Invita de una forma interesante a realizar negocios con la distribuidora.

Identidad Corporativa

MISIÓN

Dar un servicio de logística de primera para mantener un abastecimiento de los productos farmacéuticos en todos los puntos de salud con un personal capacitado para satisfacer las necesidades.

VISIÓN

Liderar la distribución a las farmacias y cadenas independientes en el País con un trato justo y equilibrado, teniendo como meta el crecimiento de los puntos de ventas para tener un mercado homogéneo que permita el desarrollo sostenido de todos los actores.

VALORES

Con el fin de cultivar las estrategias de la distribuidora, el personal realiza las buenas prácticas de trabajo con enfoque hacia la calidad y la productividad a través de los valores.

- Justicia
- Honestidad
- Respeto
- Transparencia
- Integridad
- Responsabilidad
- Dignidad
- Lealtad
- Confianza
- Ética
- Calidad

POLÍTICAS

La Distribuidora Verdezoto, en línea con el cumplimiento de la Misión y Visión está trabajando para:

- La mejora continua de la distribuidora con el fin de innovar constantemente productos y servicios de alta calidad que promuevan la satisfacción de los clientes.
- Realizar todo trabajo con experiencia
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes
- Todos los integrantes de la distribuidora deben mantener un comportamiento ético
- Ser ordenados en el horario de sus trabajos y mantener el aseo en sus puestos.
- El desarrollo personal apoyándose en capacitaciones permanentes orientadas a mejorar sus competencias y enfocadas a las demandas del mercado actual.
- La constante mejora del sistema de calidad que permita garantizar procesos eficaces que se desempeñen con calidad y productividad, apoyándose en la tecnología adecuada.

Estructura Organizacional y Gobierno Corporativo de la Distribuidora José Verdezoto

En la Distribuidora Verdezoto, la suprema autoridad gubernamental son los accionistas, el directorio es el órgano de administración, nombrado por los accionistas.

Tabla 5. Estructura Organizacional y Gobierno Corporativo de la Distribuidora José Verdezoto

COMITÉS	FRECUENCIA	FUNCIÓN
ACCIONISTAS	ANUAL	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocer y aprobar los estados financieros ➤ Tomar decisiones ➤ Realizar estadísticas ➤ Conocer leyes y estatutos
DIRECTORIO	SEMESTRAL	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reportar a los accionistas el desempeño del negocio

Fuente: Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. (2014)

Tabla 6. Administradores Actuales de la Distribuidora José Verdezoto

IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	PERÍODO
0600999700	Verdezoto García José Manuel	Ecuatoriana	Gerente	2014
0601383805	Verdezoto García María Dolores	Ecuatoriana	Presidente	2014

Fuente: Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. (2014)

Tabla 7. Árbol Accionario de la Distribuidora José Verdezoto

IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	CAPITAL
0701667131	ALVARADO AGUILAR SUSANA ANTONIETA	Ecuatoriana	Nacional	\$ 1,226.00
0600999700	VERDEZOTO GARCIA JOSE MANUEL	Ecuatoriana	Nacional	\$ 96,993.00
0601984974	VERDEZOTO GARCIA LUIS ABRAHAN	Ecuatoriana	Nacional	\$ 14,733.00
0601383805	VERDEZOTO GARCIA MARIA DOLORES	Ecuatoriana	Nacional	\$ 9,826.00
			TOTAL	\$ 122,778.00

Fuente: Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. (2014)

Compromiso con los grupos de interés

Con los accionistas (Ventas del año precedente, activos, pasivos, patrimonio, utilidades netas)

RESULTADOS FINANCIEROS

Tabla 8. Estado Financiero correspondiente al 2013

CÓDIGO DE LA CUENTA CONTABLE	NOMBRE DE LA CUENTA CONTABLE	VALOR
41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	16,625,374.89
4101	VENTA DE BIENES	20,967,506.43
4106	INTERESES	0.00
4111	(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	-4,342,131.54
42	GANANCIA BRUTA --> SUBTOTAL A (41 - 51)	1,404,022.29
43	OTROS INGRESOS	12,926.61
4302	INTERESES FINANCIEROS	2,160.40
4305	OTRAS RENTAS	10,766.21
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	15,221,352.60
5101	MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	15,221,352.60
510101	(+) INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA COMPAÑÍA	1,289,713.54
510102	(+) COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA COMPAÑÍA	15,100,069.12
510103	(+) IMPORTACIONES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA COMPAÑÍA	232,928.44
510104	(-) INVENTARIO FINAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA COMPAÑÍA	-1,401,358.50
5102	(+) MANO DE OBRA DIRECTA	0.00

5103	(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	0.00
5104	(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	0.00
52	GASTOS	1,223,741.08
5201	GASTOS	711,967.10
520101	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	335,262.42
520102	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE RESERVA)	56,360.67
520103	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	30,253.65
520104	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	11,646.92
520108	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	9,869.00
520111	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	32,561.29
520112	COMBUSTIBLES	27,366.20
520113	LUBRICANTES	3,012.87
520115	TRANSPORTE	108,569.08
520117	GASTOS DE VIAJE	11,223.06
520121	DEPRECIACIONES	17,901.32
52012101	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	17,716.90
52012102	PROPIEDADES DE INVERSIÓN	184.42
520122	AMORTIZACIONES	0.00
520123	GASTO DETERIORO	0.00
520124	GASTOS POR CANTIDADES ANORMALES DE UTILIZACIÓN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	0.00
520128	OTROS GASTOS	67,940.62
5202	GASTOS	498,574.18
520201	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	182,525.13
520202	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE RESERVA)	46,914.50
520203	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	29,963.82

520204	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	22,688.77
520205	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	5,419.34
520209	ARRENDAMIENTO OPERATIVO	9,120.00
520214	SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	46,146.44
520216	GASTOS DE GESTIÓN (AGASAJOS A ACCIONISTAS, TRABAJADORES Y CLIENTES)	18,164.55
520217	GASTOS DE VIAJE	2,799.31
520218	AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	9,003.85
520219	NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	553.34
520220	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	12,692.61
520221	DEPRECIACIONES	17,901.32
52022101	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	17,716.88
52022102	PROPIEDADES DE INVERSIÓN	184.44
520222	AMORTIZACIONES	0.00
520223	GASTO DETERIORO	0.00
520224	GASTOS POR CANTIDADES ANORMALES DE UTILIZACIÓN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	0.00
520228	OTROS GASTOS	94,681.20
5203	GASTOS FINANCIEROS	13,199.80
520301	INTERESES	13,199.80
5204	OTROS GASTOS	0.00

60	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES CONTINUADAS --> SUBTOTAL B (A + 43 - 52)	193,207.82
61	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	28,981.18
62	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS --> SUBTOTAL C (B - 61)	164,226.64
63	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	114,528.08
64	GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES CONTINUADAS ANTES DEL IMPUESTO DIFERIDO --> SUBTOTAL D (C - 63)	49,698.56
73	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL E (71 - 72)	0.00
75	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS DE OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL F (E - 74)	0.00
77	GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES DISCONTINUADAS --> SUBTOTAL G (F - 76)	0.00
79	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO --> SUBTOTAL H (D + G)	49,698.56
81	COMPONENTES DEL OTRO RESULTADO INTEGRAL	0.00
82	RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO --> SUBTOTAL I (H + 81)	49,698.56

90	GANANCIA POR ACCIÓN (SOLO EMPRESAS QUE COTIZAN EN BOLSA)	0.00
9001	GANANCIA POR ACCIÓN BÁSICA	0.00
9002	GANANCIA POR ACCIÓN DILUÍDA	0.00

Fuente: Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. (2014)

La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto en su palmarés empresarial va ganando espacio en el mercado local, lo que se evidencia en el Estado de Resultados del 2013 es que tiene ganancia económica, dando a entender que se maneja una excelente administración.

Con el Estado (Impuestos pagados – impuesto a la renta, predial, salida de capitales y más propios del área de operación y cumplimiento de regulaciones según el tipo de operación.

Tabla 9. Inconvenientes con el Estado

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Permisos de funcionamiento	0	0%
Mora con el municipio	0	0%
Impuesto a la Renta	0	0%
Ninguno	40	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)



Figura 1. Inconvenientes con el Estado

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 colaboradores de la Distribuidora Verdezoto, los 40 colaboradores (100%) manifestaron que la empresa no ha tenido ningún problema relacionado a pago de impuestos, ni con el Estado Ecuatoriano.

La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto, cumple con el pago del Impuesto a la Renta y así contribuye al Estado Ecuatoriano para que realice obras sociales en salud, educación, alimentación, infraestructura, etc.

La distribuidora JV mantiene relaciones comerciales con el estado.

Tabla 10. Impuesto a la Renta Causado Distribuidora José Verdezoto año 2013

CÓDIGO DE LA CUENTA CONTABLE	NOMBRE DE LA CUENTA CONTABLE	VALOR
63	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	114,528.08

Fuente: Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. (2014)

Con los colaboradores (Políticas de Recursos Humanos)

CLIMA LABORAL EN LA DISTRIBUIDORA VERDEZOTO

Tabla 11. Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	5	12.5%
Bueno	28	70%
Regular	7	17.5%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

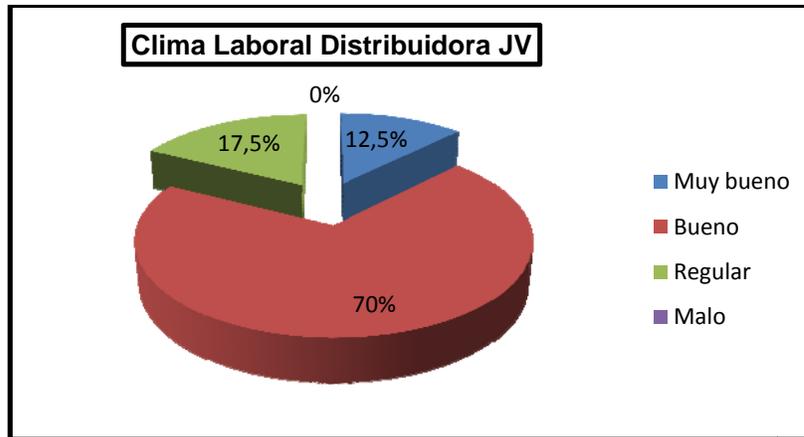


Figura 2. Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 colaboradores de la Distribuidora Verdezoto, 28 colaboradores (70%) manifestaron que el entorno laboral que se vive en la empresa es bueno, dando a entender que se respira un ambiente de camaradería, mientras que 7 colaboradores (17.5%) supieron decir que el entorno laboral es regular, otros colaboradores (5) (12.5%) nos contaron que el medio laboral es muy bueno.

JORNADA LABORAL EN LA DISTRIBUIDORA VERDEZOTO

La jornada laboral en la Distribuidora Verdezoto es de 8 horas diarias y 40 horas por semana (lunes a viernes).

VACACIONES Y FERIADOS

Las vacaciones en la Distribuidora Verdezoto son de 30 días al año, distribuidas en 15 días a mitad de año y 15 días a final de año, además estas son pagadas.

Los feriados son días que se le concede libre al trabajador.

ACTIVIDADES QUE PROMUEVE LA DISTRIBUIDORA CON LOS COLABORADORES

Con el afán de promover un ambiente de camaradería entre los colaboradores, la distribuidora José Verdezoto organiza eventos deportivos, educacionales y de salud para estrechar los lazos de amistad entre los mismos.

TIEMPO DE PAGO, REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS SOCIALES DE JV

Tabla 12. Tiempo de pago en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Quincenal	0	0%
Mensual	40	100%
Abonos	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)



Figura 3. Tiempo de pago en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 colaboradores de la Distribuidora José Verdezoto, los 40 colaboradores (100%) revelaron que se les cancele sus haberes de una forma mensual.

Tabla 13. Remuneración en JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Menos de \$300	0	0%
\$301 a \$400	0	0%
\$401 a \$500	5	12.5%
\$501 a \$600	10	25%
\$601 a \$700	0	0%
\$701 y más	25	62.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

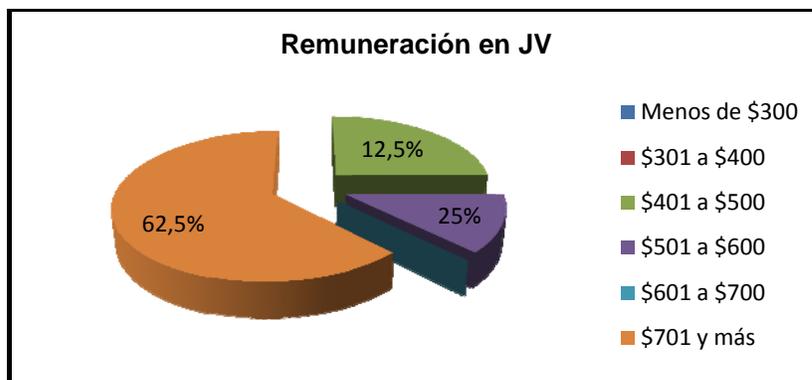


Figura 4. Remuneración en JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 colaboradores de la Distribuidora José Verdezoto, 25 colaboradores (62.5%) que son agentes vendedores o asesores comerciales de JV, perciben de \$701 y más, 10 colaboradores (25%) que son administrativos (secretaria, asistente, facturador, archivador) reciben de \$501 a \$600 y 5 colaboradores (12.5%) que son operarios (chofer, bodeguero) perciben mensualmente de \$401 a \$500.

Tabla 14. Beneficios sociales que ofrece JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Afiliación al IEES	0	0%
Décimo tercero y Décimo cuarto sueldo (13º y 14º)	0	0%
Ambos	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

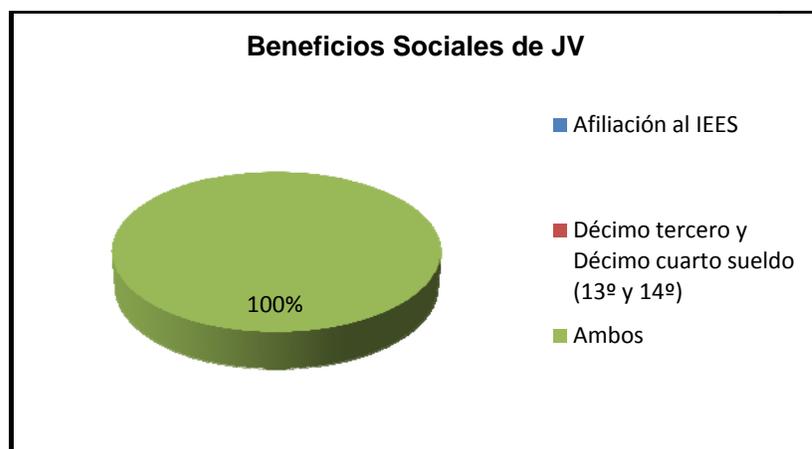


Figura 5. Beneficios sociales que ofrece JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 trabajadores de la Distribuidora José Verdezoto, los 40 colaboradores (100%) al momento de ingresar a trabajar reciben los beneficios sociales de la afiliación (aportaciones) al IESS y los reconocimientos de los 13º y 14º sueldos.

TIEMPO DE TRABAJO Y EDAD DE LOS COLABORADORES DE JV

Tabla 15. Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
De 0 meses a 1 año (12 meses)	5	12.5%
De 2 años a 5 años	6	15%
De 6 años a 10 años	15	37.5%
De 11 años a 15 años	4	10%
De 16 años a 20 años	2	5%
De 21 años a 25 años	8	20%
De 26 años a 30 años	0	0%
De 31 años en adelante	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

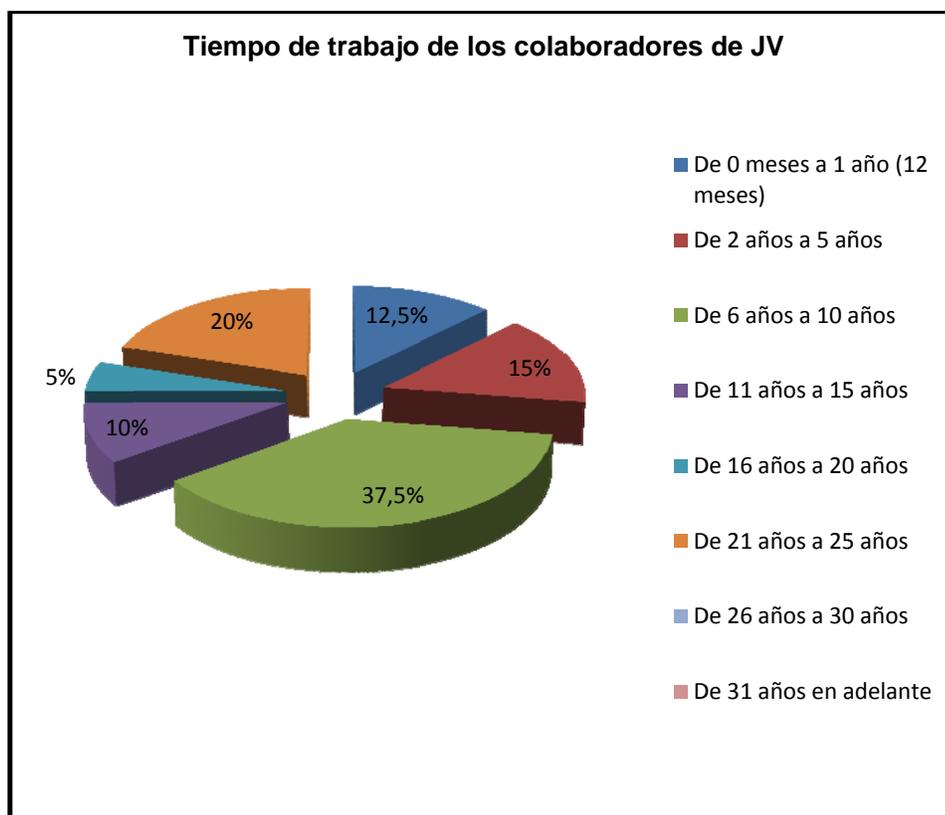


Figura 6. Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según la encuesta realizada a los 40 trabajadores de la Distribuidora Verdezoto, 15 colaboradores (37.5%) ya van trabajando con la empresa de 6 años a 10 años, 8 colaboradores (20%) que son los fundadores de la distribuidora van trabajando de 21 años a 25 años con la empresa, 6 colaboradores (15%) ya están tomando experiencia trabajando con la distribuidora de 2 años a 5 años, 5 colaboradores (12.5%) recién están conociendo y trabajando con la empresa, estos van de 0 meses a 1 año dentro de la distribuidora, 4 colaboradores (10%) ya están haciendo carrera con la distribuidora van de 11 años a 15 años en la empresa y 2 colaboradores (5%) son los cuasi fundadores de la empresa van trabajando dentro de la misma de 16 años a 20 años.

Tabla 16. Edad de los colaboradores de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
De 18 años a 20 años	0	0%
De 21 años a 30 años	15	37.5%
De 31 años a 40 años	15	37.5%

De 41 años a 50 años	5	12.5%
De 51 años a 60 años	5	12.5%
De 61 años en adelante	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

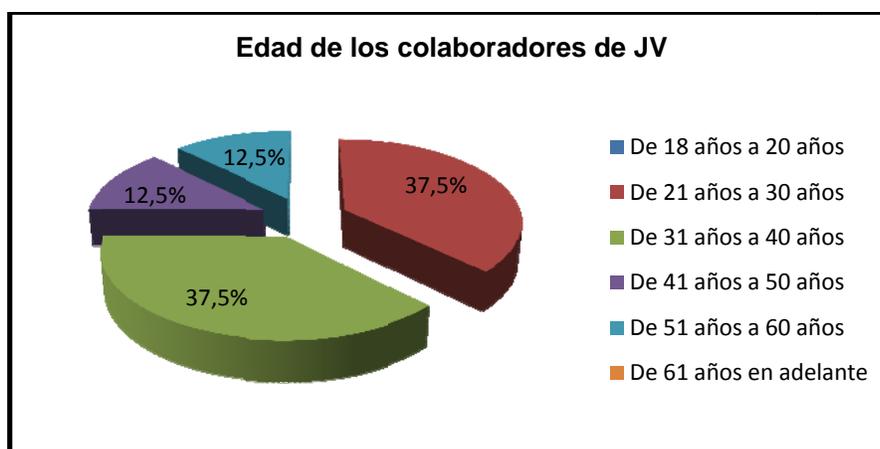


Figura 7. Edad de los colaboradores de JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 trabajadores de la Distribuidora JV, 15 trabajadores (37.5%) tienen la edad de 21 años a 30 años, 15 trabajadores (37.5%) en donde su edad fluctúa entre los 31 años a 40 años, 5 trabajadores (12.5%) tienen la edad de 41 años a 50 años y 5 trabajadores (12.5%) que su edad frisa los 51 años a 60 años. Se evidencia que la fuerza laboral de JV es sumamente joven.

FUERZA LABORAL DE JV (HOMBRES Y MUJERES)

Tabla 17. Fuerza laboral de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Masculino	31	77.5%
Femenino	9	22.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

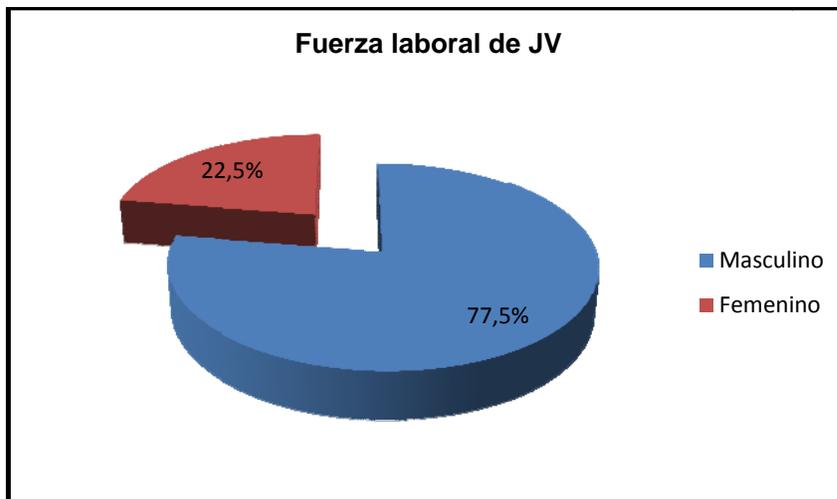


Figura 8. Fuerza laboral de JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 colaboradores de la Distribuidora José Verdezoto, 31 colaboradores (77.5%) son hombres y 9 colaboradores (22.5%) son mujeres.

CARÁCTER NO DISCRIMINATORIO DE JV

Tabla 18. Tipo de discriminación en la Distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Discriminación de género	0	0%
Discriminación de raza	3	7.5%
Discriminación de Nivel Socio- Económico	2	5%
Discriminación de orientación política	0	0%
Discriminación de orientación sexual	0	0%

Ninguno	35	87.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

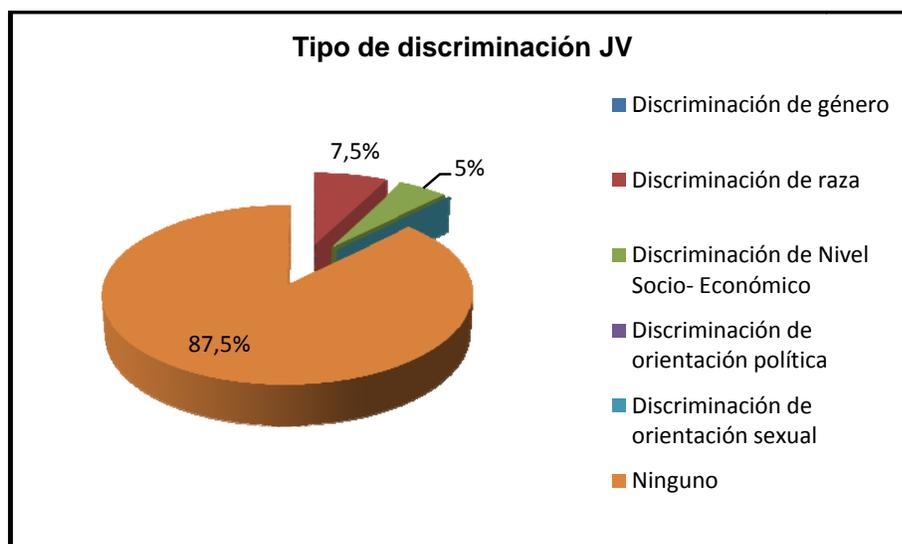


Figura 9. Tipo de discriminación en la Distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 colaboradores de la Distribuidora José Verdezoto 35 colaboradores (87.5%) declara el carácter no discriminatoria con relación a raza, etnia, sexo, edad, religión, nacionalidad, orientación sexual, deficiencia física o mental y condiciones de salud al momento de contratar y promover personal, 3 colaboradores (7.5%) comentan que han sufrido discriminación de raza, 2 colaboradores (5%) manifiestan que sufrieron discriminación socio – económica.

COMUNICACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JV CON SUS COLABORADORES

Tabla 19. Comunicación en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Verbal	20	50%
A través de e-mails	10	25%
A través de mensajes de texto	0	0%

Reuniones	10	25%
Carteleras	0	0%
No hay comunicación	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

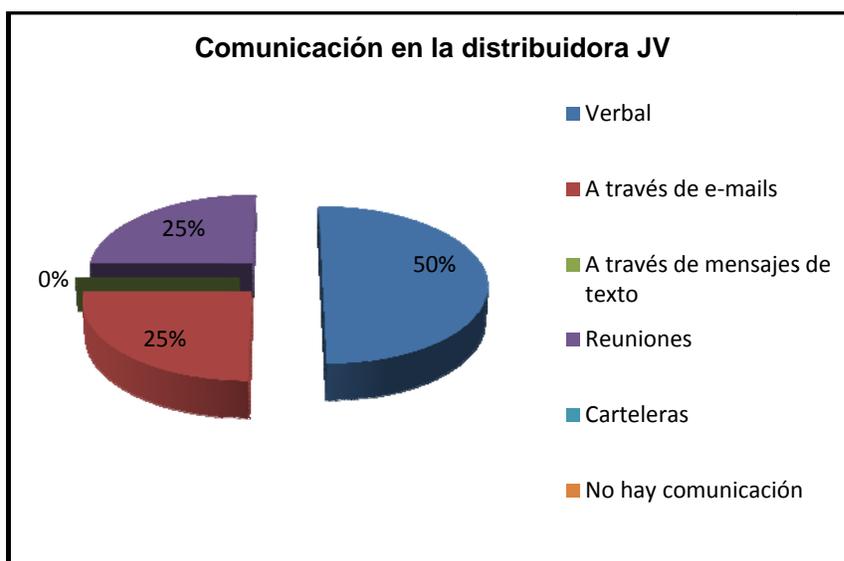


Figura 10. Comunicación en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según las encuestas realizadas a los 40 trabajadores de la Distribuidora José Verdezoto, 20 colaboradores (50%) declararon que la comunicación existente en la distribuidora es verbal, 10 colaboradores (25%) revelaron que en la empresa la comunicación se la maneja a través de e-mails y 10 colaboradores (25%) manifestaron que la comunicación se la realiza a través de reuniones. Aquí se tratan temas relacionados con las políticas referentes a stock, precios, descuentos y promociones de la medicina farmacéutica que distribuye José Verdezoto.

APOYO DE LA DISTRIBUIDORA JV PARA LA FORMACIÓN DE SU PERSONAL

Tabla 20. Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Capacitación constante	35	87.5%
Desarrollo personal	5	12.5%
Incentivos económicos	0	0%
Nada	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

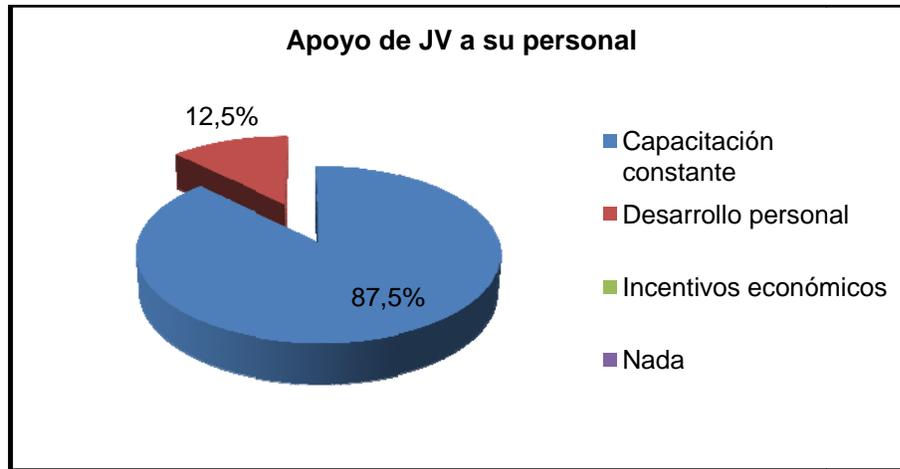


Figura 11. Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 colaboradores de la Distribuidora José Verdezoto, 35 colaboradores (87.5%) manifestaron que la empresa los ayuda a realizarse como persona capacitándolos constantemente y 5 colaboradores (12.5%) dijeron que la empresa los apoya en su desarrollo personal, en temas relacionados al expendio de la medicina y promoviendo ascensos en la empresa.

TOMA DE DECISIONES EN LA DISTRIBUIDORA JV

Tabla 21. Toma de decisiones en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Con ayuda de los trabajadores	0	0%
El gerente y directivos toman las decisiones	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

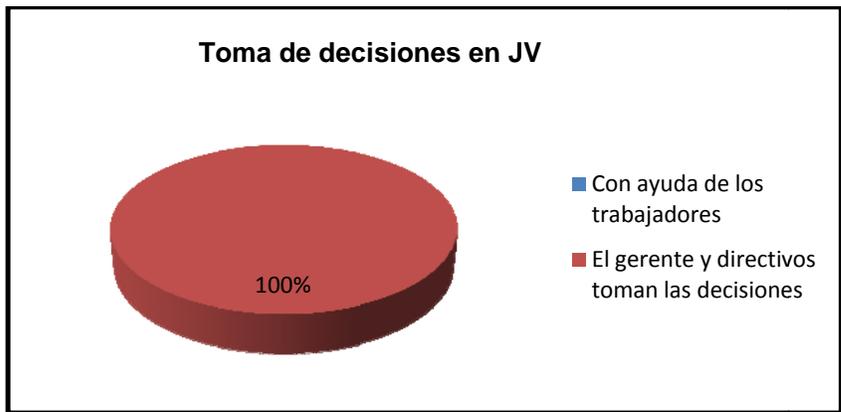


Figura 12. Toma de decisiones en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 colaboradores de la distribuidora Verdezoto, los 40 colaboradores (100%) expresaron que las decisiones ante cualquier situación en la distribuidora las toman el gerente y los directivos.

CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES DE LA DISTRIBUIDORA JV SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Tabla 22. Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	0	0%
Bueno	5	12.5%
Regular	5	12.5%
Malo	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

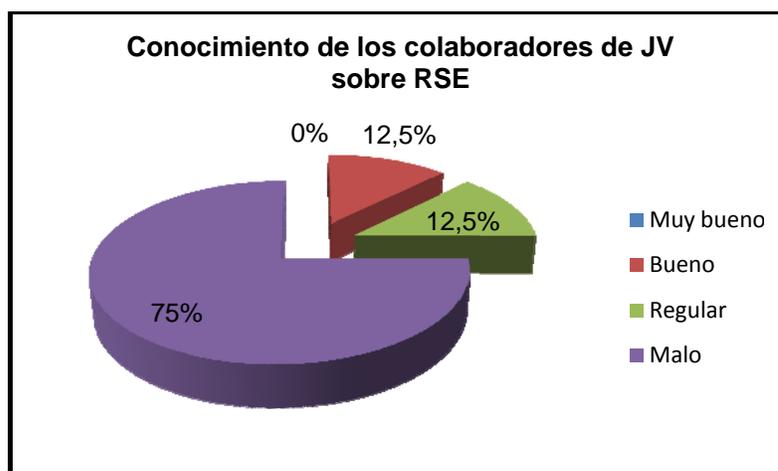


Figura 13. Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según el estudio realizado a los 40 trabajadores de la distribuidora Verdezoto, 30 colaboradores (75%) nos manifestaron que no tienen conocimiento alguno referente a la RSE, 5 colaboradores (12.5%) nos expresaron que su conocimiento acerca de la RSE es regular y apenas 5 colaboradores (12.5%) opinaron que su conocimiento relacionado con la RSE es bueno.

Con los clientes - farmacias (Políticas de servicio al cliente)

SERVICIO BRINDADO POR LA DISTRIBUIDORA VERDEZOTO A CLIENTES (FARMACIAS)

Tabla 23. Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	0	0%
Bueno	20	50%
Regular	20	50%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

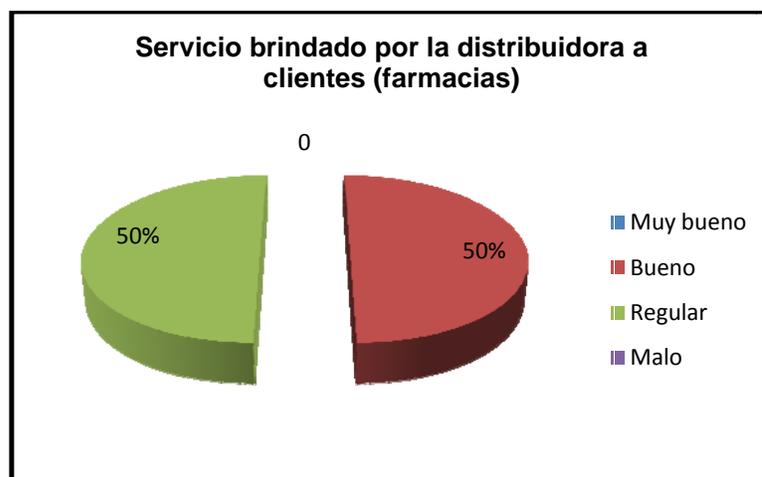


Figura 14. Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 20 farmacias (50%) supieron manifestar que el servicio que presta JV es bueno y 20 farmacias (50%) expresaron que el servicio que brinda la distribuidora es regular.

CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES (FARMACIAS) DE JV SOBRE LA RSE

Tabla 24. Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	10	25%
No	30	75%
Parcialmente	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

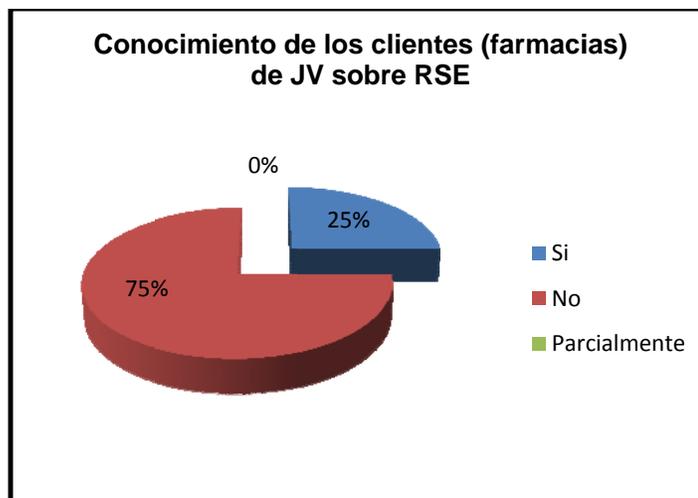


Figura 15. Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 30 farmacias (75%) no tienen conocimiento sobre la RSE y 10 farmacias (25%) si tienen conocimiento del concepto de RSE.

Tabla 25. Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Formales de la Distribuidora (llamadas, memos)	40	100%
Informales de la distribuidora (comentarios de clientes)	0	0%
Externos en la Distribuidora (avisos en diarios, comentarios de personas que no son clientes)	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

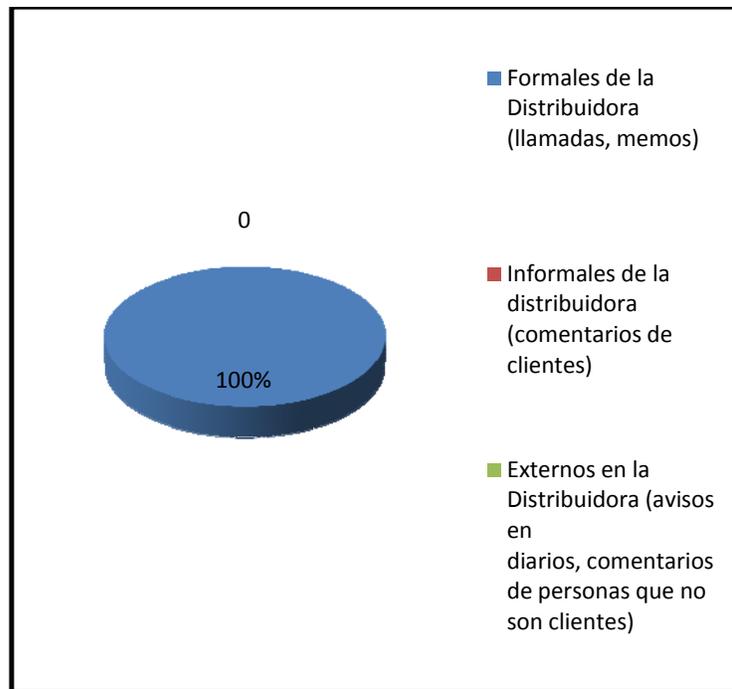


Figura 16. Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 40 farmacias (100%) expresaron que la distribuidora JV se comunica con ellos a través de llamadas y memos.

GESTIÓN DE NEGOCIOS DE JV HACIA SUS CLIENTES (FARMACIAS)

Tabla 26. Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Gerente general de JV	0	0%
Asesor Comercial JV	40	100%
Call Center de JV	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

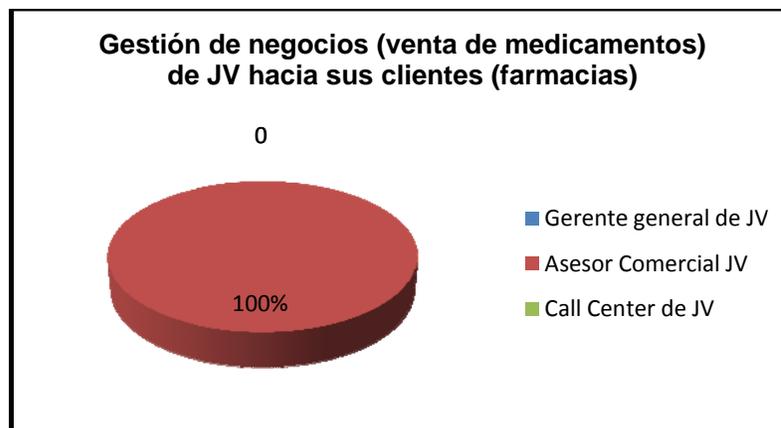


Figura 17. Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 40 farmacias (100%) se manifestaron exponiendo que el asesor comercial es quién toma los pedidos de los medicamentos que necesita la farmacia.

SERVICIOS SOCIALES (DESCUENTOS, PROMOCIONES, REGALOS, SEGUROS) QUE BRINDA JV A SUS CLIENTES (FARMACIAS)

Tabla 27. Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy buenos	0	0%
Buenos	10	25%
Regulares	30	75%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

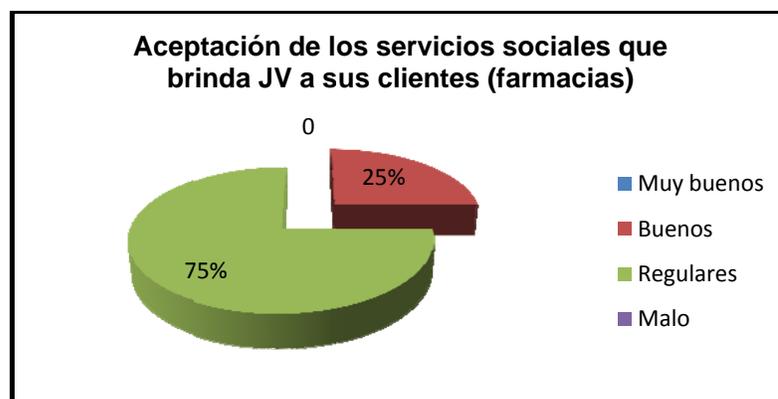


Figura 18. Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 30 farmacias (75%) se manifestaron que los servicios sociales (descuentos, promociones, regalos, seguros) fueron regulares en el último período y 10 farmacias (25%) expresaron que los servicios sociales de JV fueron buenos.

ÁREAS EN LA QUE LA DISTRIBUIDORA JV ENFOCA SU ESTRATEGIA DE RSE HACIA SUS CLIENTES (FARMACIAS)

Tabla 28. Áreas en la JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Educación (becas y capacitación)	0	0%
Deporte y recreación	0	0%
Salud y seguridad laboral	10	25%
Motivación y participación	0	0%
Integración familiar	0	0%
Arte y cultura	0	0%
Aporte económico, ayudas y premios	0	0%
En ninguna área	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

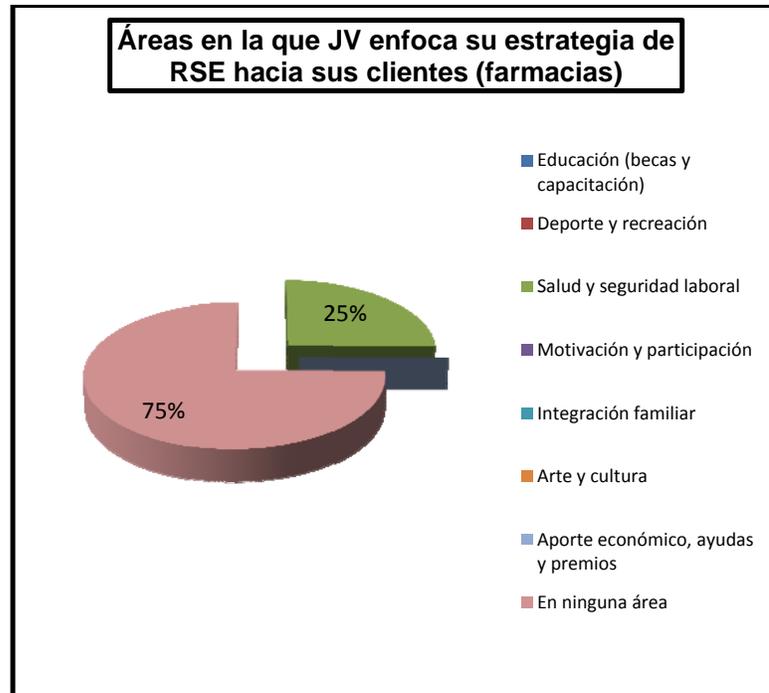


Figura 19. Áreas en la que JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias) Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 30 farmacias (75%) se manifestaron que la distribuidora JV no realiza ninguna estrategia de RSE en sus farmacias y 10 farmacias (25%) dijeron que la empresa realiza estrategias de RSE en salud y seguridad laboral.

ACCIONES DE RSE POR PARTE DE LAS FARMACIAS EN LA COMUNIDAD

Tabla 29. Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Arte y cultura	0	0%
Aporte económico, ayudas y premios	0	0%
Ambiental	0	0%
Infraestructura	0	0%
Salud	10	25%
Educación	0	0%
Capacitación	0	0%
En ninguna área	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

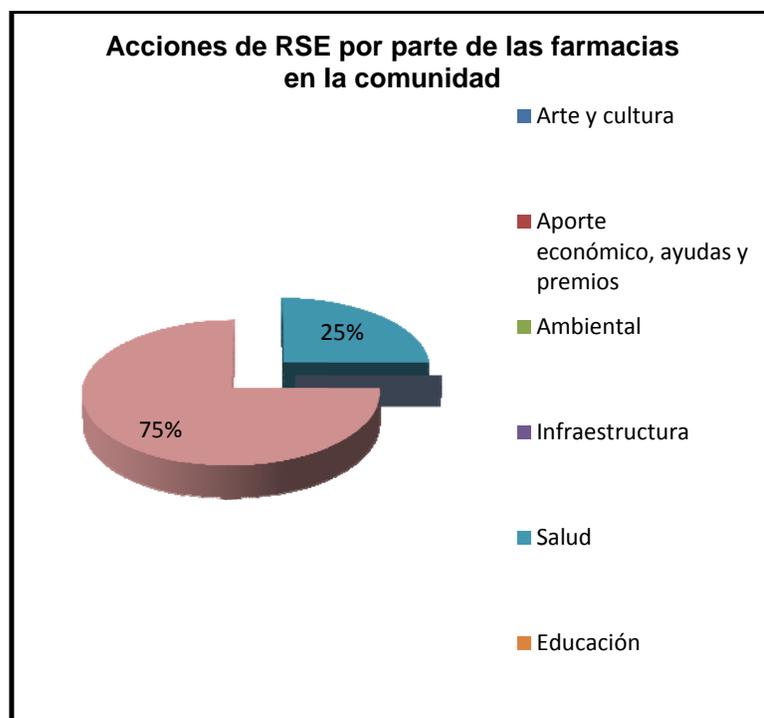


Figura 20. Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

Según el estudio realizado a las 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que presta los servicios la distribuidora Verdezoto, 30 farmacias (75%) se manifestaron que no realizan ninguna acción de RSE hacia la comunidad y 10 farmacias (25%) expusieron que realizan prácticas de RSE en el área de la salud.

Con los proveedores (Relaciones comerciales y políticas de pago)

26 PROVEEDORES nacionales e internacionales tienen relaciones comerciales de confianza y solidez con la compañía, entre los principales proveedores podemos citar:

- Glaxo Smith Kline
- Merck
- Bayer
- Sanofi – Aventis
- Pfizer
- Grunenthal
- Gutis
- Lamosan
- Chalver

- Schering Plough
- Genéricos La Santé
- Genéricos Genfar
- Genéricos Vitalis
- Genéricos Mk
- Genéricos Nifa

La distribuidora José Verdezoto es una mediana empresa joven que confía en el desarrollo local. El compromiso de sus accionistas, directorio y colaboradores han fomentado una sólida base para que el negocio se mantenga en el mercado.

Las políticas de pago con los proveedores son a crédito y al contado, a crédito se manejan a 60 días plazo después de recibida la mercadería y las políticas de pago al contado son del 4% de descuento a 7 días plazo.

RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Tabla 30. Relación con los proveedores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	10	25%
Bueno	27	67.5%
Regular	3	7.5%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

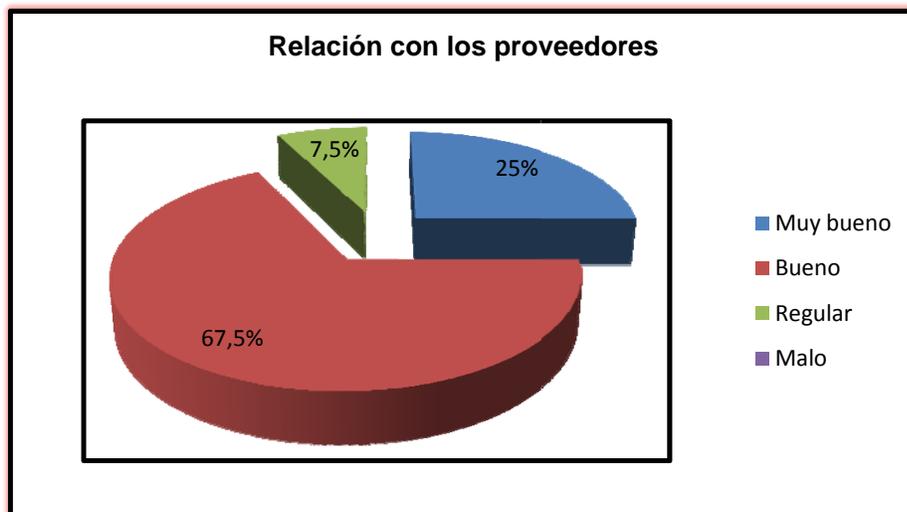


Figura 21. Relación con los proveedores

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según la encuesta realizada a los 40 trabajadores de la Distribuidora Verdezoto, 27 colaboradores (67.5%) manifestaron que la relación con los proveedores es buena, 10 colaboradores (25%) expresaron que la relación es muy buena con los proveedores y 3 colaboradores (7.5%) dijeron que el vínculo con los proveedores es regular.

Con el medio ambiente (Políticas amigables con el medio ambiente)

CAPACITACIONES DE POLÍTICAS AMBIENTALES DE JV A COLABORADORES

Tabla 31. Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Recibe capacitaciones en temas ambientales	0	0%
Recibe capacitaciones en ámbitos ecológicos	0	0%
No recibe nada	40	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)



Figura 22. Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según la encuesta realizada a los 40 trabajadores de la Distribuidora Verdezoto, 40 colaboradores (100%) dijeron que no reciben ninguna capacitación en políticas amigables con el medio ambiente.

COLABORACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JV CON EL MEDIO AMBIENTE

Tabla 32. Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
En la reducción de emisiones	0	0%
En la reducción de energía	0	0%
En Reciclaje de desechos	40	100%
En ahorro de agua y energía	0	0%
Consumiendo energías renovables	0	0%
No colabora con el medio ambiente	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

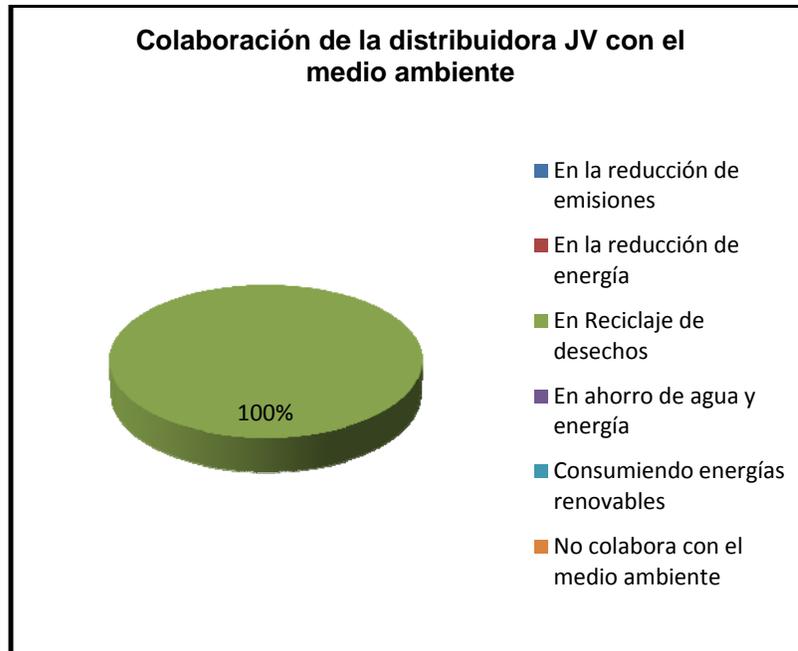


Figura 23. Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según la encuesta realizada a los 40 trabajadores de la Distribuidora Verdezoto, 40 colaboradores (100%) dijeron que la empresa colabora con el medio ambiente reciclando desechos.

Con la comunidad (Proyectos Sociales)

INVERSIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JV EN PROYECTOS SOCIALES

Tabla 33. Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Proyectos de interés social	0	0%
En el medio ambiente	0	0%
Trabajos voluntarios	0	0%
Donaciones	0	0%
No invierte en nada	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)



Figura 24. Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Según la encuesta realizada a los 40 trabajadores de la Distribuidora Verdezoto, 40 colaboradores (100%) dijeron que la empresa no invierte en ningún proyecto social en la comunidad.

INDICADOR ETHOS DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS JOSÉ VERDEZOTO

Este indicador permite evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la distribuidora.

Tabla 34. Indicador ETHOS de la Distribuidora José Verdezoto

ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
Representa una etapa básica de acciones de la empresa: Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.	Representa a la etapa intermedia de las acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.	Representa a la etapa de acciones avanzadas, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladoras. La Responsabilidad Social y el desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.	Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas para la sociedad.
Etapa 1 	Etapa 2 X	Etapa 3 	Etapa 4 
Nunca hemos tratado este asunto antes.		No consideramos su aplicación en nuestra empresa.	

Fuente: Autor (2014)

La distribuidora de medicamentos José Verdezoto se encuentra ubicada en la segunda etapa porque ya empieza a realizar cambios en sus prácticas referentes a la RSE.

Propuesta de mejoras económicas, sociales y ambientales para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de Cuenca

ECONÓMICAS

Revelar el desempeño financiero – económico de la distribuidora a sus colaboradores

Esta propuesta va dirigida a todos los colaboradores de la distribuidora José Verdezoto (secretaria, asistente, facturador, archivador, ventas, chofer, bodeguero, etc.); en dónde los accionistas, administradores y gerente de JV deberían exponer los resultados económicos – financieros de la distribuidora de una forma sencilla, que sea entendible, ya sea semestralmente o anualmente. La finalidad es hacer que comprendan y conozcan el funcionamiento y movimiento de la empresa y a su vez se comprometan a trabajar duro por la distribuidora para obtener mejores resultados económicos en un futuro cercano.

Incentivar a los colaboradores a participar en un programa de ganancias

La junta directiva de la Distribuidora José Verdezoto debería incentivar a sus colaboradores a participar en las ganancias de la distribuidora de acuerdo con su desempeño de ventas. Las ganancias se las debe dar por el cumplimiento de una meta (ventas) de un determinado producto o productos. La política de recompensa tiene que ser atractiva para que el colaborador se sienta motivado en alcanzar dicha meta, así la distribuidora JV va a ser recompensada económicamente por el laboratorio farmacéutico (MERCK, BAYER, GLAXO, PFIZER, SANOFI- AVENTIS, etc.) por cumplir con la meta en ventas puesto por el laboratorio.

Brindar a los clientes (farmacias) atractivos descuentos, promociones, regalos, etc.

Los directivos de la Distribuidora José Verdezoto tienen que gestionar con los laboratorios farmacéuticos con los que trabaja excelentes negocios de compra de medicamentos, para poder ofrecer a los clientes (farmacias) de JV atractivos descuentos, promociones, regalos por la compra de los medicamentos farmacéuticos y así poder establecer una alianza ganar-ganar, que por una parte a la distribuidora JV le van a comprar más medicamento y va a vender más y por otra los clientes (farmacias) van a estar satisfechos por brindarles mejoras económicas en sus negocios.

SOCIALES

Invertir en seguridad laboral para los colaboradores de JV

La Distribuidora José Verdezoto tiene la obligación de asegurar a los colaboradores contra:

- Riesgos del trabajo.
- Investigar los accidentes y enfermedades profesionales que ocurran y eliminar o controlar sus causas.
- Denunciar los accidentes y enfermedades ante la autoridad administrativa designada.

El colaborador que sufra un accidente tiene derecho a:

- Asistencia médica, farmacéutica y a rehabilitación.
- Prótesis y aparatos médicos.
- Reeducación laboral.
- Prestaciones económicas tales como indemnización por incapacidad temporal, pensión de invalidez, pensiones de viudez y orfandad.

Tomando en cuenta todos estos puntos los beneficios que le traerán a la empresa, es que el colaborador va a dar todo de sí para que la empresa progrese, porque sabe que la empresa siempre lo va a estar respaldando ante cualquier eventualidad que se suscite.

Promover chequeos médicos permanentes de los colaboradores

La distribuidora debe ofrecer a sus colaboradores la oportunidad de someterse a exámenes rutinarios de salud como: peso, verificación de la presión arterial, exámenes de laboratorio (úrea, creatinina, triglicéridos, colesterol, orina, heces, etc.) debidamente evaluados por un médico.

Estimular la práctica de ejercicios físicos (natación, básquet, fútbol, vóley, caminatas, gimnasio), en fin todo lo que pueda contribuir para estar en óptimas condiciones físicas y mentales.

Con esto la distribuidora va a ganar mucho, porque va a tener un personal sano y saludable.

Promover la incorporación de hábitos de higiene

La distribuidora JV debe promocionar la higiene en todos los puestos de trabajo de la empresa, creando un ambiente óptimo para poder realizar las tareas cotidianas. Recalcar a quienes se distinguen por su correcto accionar en el ámbito de higiene.

La puesta en marcha de estos hábitos va a asegurar el bienestar del personal de la distribuidora.

Invertir en la formación del desarrollo personal de sus colaboradores

La distribuidora JV debe gestionar la contratación de un COACH que trabaje en la mente de todos los colaboradores de la empresa, que trabaje en la superación personal y así puedan descubrir todas sus potencialidades para poderlas aplicar en la distribuidora. Con esta formación los colaboradores van a crecer como personas y van a lograr el éxito en sus emprendimientos. Así la distribuidora va a tener en sus filas a personal sumamente capacitado para poder cumplir sus diferentes funciones y a la vez la distribuidora JV va a estar confiado de que su personal está comprometido con la empresa.

Incentivar y recompensar el desarrollo de talentos

Estimular a los colaboradores de la distribuidora a siempre progresar en la profesión y a la vez mejorar su formación. Siempre motivar a los colaboradores a realizar cursos de actualización referentes a sus funciones.

Otorgar una gratificación o cualquier otro tipo de recompensa para aquellos colaboradores que obtengan alguna certificación, graduación o alcancen algún otro objetivo educacional.

Así la distribuidora JV se asegura de tener colaboradores profesionales a carta cabal.

Animar a la manifestación de ideas y comentarios

La distribuidora JV debe crear un ambiente de trabajo que incentive a los colaboradores a traer nuevas ideas y opiniones sobre la empresa. La distribuidora debe organizar reuniones periódicas que le permitan discutir sobre temas relacionados con la empresa y así abrir un debate y acoger los diferentes puntos de vista y escoger el mejor para el mejor desempeño de la empresa.

Informe a los colaboradores sobre las decisiones tomadas, para que en conjunto puedan salir adelante.

Capacitar a los colaboradores de JV en temas referentes a la RSE

La distribuidora JV debe gestionar con CERES o IRSE que son entidades sin fines de lucro en el Ecuador capacitaciones para todo su personal en temas relacionados con la RSE.

Estas capacitaciones les van a venir bien a los colaboradores porque van a trabajar de una forma íntegra en función de la RSE.

Capacitar a los clientes (farmacias) de JV en temas referentes a la RSE

La distribuidora JV, luego de haberse capacitado en RSE, debe transmitir esos conocimientos adquiridos a todos sus clientes (farmacias) para que estos puedan practicarlos dentro y fuera de sus negocios de forma íntegra.

Brindar productos y servicios de calidad a los clientes (farmacias)

La distribuidora JV debe ofrecer productos y servicios de calidad y confiables, brindar un trato justo y esmerado a toda la clientela de JV.

La distribuidora JV tiene que satisfacer las necesidades de los clientes (entrega oportuna de medicina, asesoramiento, reclamos, devoluciones de medicina, etc.)

Asegurarse que los productos que ofrece la distribuidora JV no son perjudiciales para la salud de los consumidores y del medio ambiente. Hay que especificar cómo saberlos utilizar.

Con esto la distribuidora se va a recomendar solita y se va a dar una buena imagen.

Involucrar a los proveedores de JV

Los emprendimientos socialmente responsables de la distribuidora JV deben establecer un diálogo con sus proveedores, siendo transparentes en sus acciones, cumpliendo los contratos establecidos, contribuyendo para su desarrollo e incentivando a los proveedores para que también asuman compromisos de responsabilidad social empresarial.

Los proveedores siendo socialmente responsables van a ganarse una buena imagen

Invertir en proyectos de interés social (comunidad)

La distribuidora JV tiene que mantener una estrecha relación con la comunidad dónde se desenvuelve, respetando las costumbres y la cultura, colaborando en proyectos educativos, proyectos de salud, proyectos de alimentación, proyectos deportivos, proyectos ambientales, proyectos culturales, realizando trabajos voluntarios, realizando donaciones, son algunas de las acciones que demostrarían que la distribuidora JV estaría comprometida con la comunidad.

La participación dinámica y respetuosa de la distribuidora JV con los grupos representativos locales (albergues, ancianatos, hospitales, fundaciones, etc.) en la búsqueda de soluciones conjuntas a los problemas comunitarios, hará de su emprendimiento un camarada, amigo de la comunidad, reconocido y aplaudido por todos.

AMBIENTALES

Capacitar a los clientes (farmacias), colaboradores y comunidad en temas ambientales

La distribuidora JV tiene que gestionar con la contratación de un consultor ambiental para que este a su vez dicte una capacitación magistral referente al cuidado del medio ambiente y cómo poderlo aplicar dentro de las farmacias y dentro de la distribuidora y comunidad.

Con esto la distribuidora estaría colaborando con la sustentabilidad del medio ambiente.

Definir y respetar los principios ambientalistas

La distribuidora JV tiene que establecer compromisos y modelos ambientales para su empresa, determinando las intenciones de la distribuidora en el almacenamiento y en la distribución de sus productos y servicios.

Con esto la distribuidora estaría encaminando sus prácticas de responsabilidad social ambiental.

Reducir el consumo de papel

La distribuidora debe establecer el uso del papel por los dos lados para las copias. El reverso del papel impreso puede ser utilizado para escribir otras anotaciones. Una práctica fácil de comunicar algún memorándum es la utilización del e-mail, así se estaría evitando imprimir y consumir hojas de papel.

Incluir la práctica de guardar la información en las memorias o flash, para de esta manera no imprimir dicha información.

Utilizar iluminación inteligente

Instalar productos alternativos que proporcionen mejor energía y menos consumo de energía eléctrica como por ejemplo focos ahorradores, lámparas fluorescentes, sensores de luz inteligentes que se prendan y apaguen cuándo el personal este laborando y no este laborando.

Acabar con las fugas de agua

Vigilar constantemente el sistema hidráulico para detectar posibles fugas de agua, especialmente en los inodoros.

Tecnología amigable con el medio ambiente

La distribuidora JV debe renovarse para poderle servir de mejor manera a sus clientes (farmacias), adquiriendo un sistema de facturación electrónica que le ahorre tiempo, aumente la productividad y lo más importante proteger al medio ambiente con la lógica cero papeles.

4.4. Estrategias

Las estrategias a tomar en consideración para la implantación del diseño del programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca son los siguientes:

- Conocer la realidad económica, social y ambiental actual de la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca.
- Estudiar los problemas económicos, sociales y ambientales actuales de la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca.
- Averiguar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de los clientes (farmacias) y colaboradores de la distribuidora José Verdezoto.

4.5. Tácticas

Las tácticas que deberá tomar en cuenta la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca para la implantación del diseño de Responsabilidad Social Empresarial son las siguientes:

- Entrevistar y encuestar al gerente, colaboradores y clientes (farmacias) de la distribuidora José Verdezoto
- Saber los problemas económicos, sociales y ambientales de la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca.
- Capacitarse en temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial.

4.6. Presupuesto

El presupuesto que debería tener la distribuidora José Verdezoto para trabajar de una forma responsable en lo económico, social y ambiental, sería de:

- | | |
|---|--------|
| • Inversión en seguros laborales y chequeos médicos | \$2000 |
| • Inversión en un COACH que trabaje en el desarrollo personal de los colaboradores | \$1000 |
| • Inversión en capacitaciones referentes a la RSE (económica, social y ambiental) para clientes (farmacias) y colaboradores | \$1000 |
| • Inversión en Proyectos Sociales (educativos, salud, alimentación, donaciones) | \$3000 |
| • Inversión en tecnología amigable con el medio ambiente (sistema de facturación, agua, energía, papel) | \$3000 |

TOTAL\$10.000,00

La inversión total para que la distribuidora José Verdezoto sea una empresa íntegramente responsable en sus labores cotidianas sería de \$10.000,00

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En Ecuador se localiza CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social) e IRSE (Instituto de Responsabilidad Social Empresarial) son organizaciones compuestas por establecimientos empresariales y entidades de la colectividad involucradas con la sostenibilidad social económica, social y ambiental.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca de a poco va haciendo conciencia de que para poder operar en el país se debe implementar la Responsabilidad Social Empresarial de una manera sustentable en lo económico, social y ambiental.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no cuenta con una memoria de sostenibilidad (indicadores económicos, sociales y ambientales).
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no revela el desempeño económico-financiero del año precedente a sus colaboradores.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no invierte en seguridad laboral, ni en chequeos médicos permanentes de los colaboradores.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no invierte en la formación del desarrollo personal de sus colaboradores.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no anima a la manifestación de ideas y comentarios por parte de los colaboradores.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no invierte en capacitaciones referentes a la RSE para sus clientes (farmacias) y colaboradores.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no invierte en proyectos de interés social (comunidad).
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca no invierte en tecnología amigable con el medio ambiente.

5.2. Recomendaciones

- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería ser un socio estratégico de CERES o IRSE, para que estas instituciones sin fines de lucro puedan asesorar en el entendimiento e instrucción en temas referentes a la Responsabilidad Social Empresarial.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería adoptar la cultura de realizar Responsabilidad Social Empresarial de una forma íntegra, en base a proyectos que perduren y se comprometan por el tiempo que la empresa permanece en el mercado.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería elaborar una memoria de sostenibilidad que contenga información relacionada a las actividades económicas, sociales y ambientales de la empresa, para poderlas presentar a sus diferentes grupos de interés o stakeholders.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería exponer los resultados económicos – financieros de la distribuidora de una forma sencilla, que sea entendible, ya sea semestralmente o anualmente, con el objetivo que comprendan y conozcan el funcionamiento y movimiento de la empresa y a su vez se comprometan a trabajar duro por la distribuidora para obtener mejores resultados económicos en un futuro cercano.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería elaborar un manual de seguridad laboral que consten todos los seguros y beneficios que ofrece la empresa a sus colaboradores y además promover chequeos médicos permanentes cómo exámenes de laboratorio (urea, creatinina, triglicéridos, colesterol, orina, heces, etc.) evaluados por un médico. Con esto la distribuidora va a tener un personal saludable.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería trabajar en la mente de todos los colaboradores de la empresa, en la superación personal y así puedan descubrir todas sus potencialidades para poderlas aplicar en la distribuidora.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería crear un ambiente de trabajo que incentive a los colaboradores a traer nuevas ideas y opiniones sobre la empresa. La distribuidora debe organizar reuniones periódicas que le permitan discutir

sobre temas relacionados con la empresa y así abrir un debate y acoger los diferentes puntos de vista y escoger el mejor para el mejor desempeño de la empresa.

- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería gestionar con CERES o IRSE que son entidades sin fines de lucro en el Ecuador capacitaciones para todo su personal en temas relacionados con la RSE.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería colaborar en proyectos educativos, proyectos de salud, proyectos de alimentación, proyectos deportivos, proyectos ambientales, proyectos culturales, realizando trabajos voluntarios, realizando donaciones, son algunas de las acciones que demostrarían que la distribuidora JV estaría comprometida con la comunidad.
- La Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto de la ciudad de Cuenca debería utilizar el e-mail, así se estaría evitando imprimir y consumir hojas de papel, incluir la práctica de guardar la información en las memorias o flash, para de esta manera no imprimir dicha información, instalar productos alternativos que proporcionen mejor energía y menos consumo de energía eléctrica como por ejemplo focos ahorradores, lámparas fluorescentes, sensores de luz inteligentes que se prendan y apaguen cuándo el personal este laborando y no este laborando, lavabos y baños inteligentes. La distribuidora JV debe renovarse para poderle servir de mejor manera a sus clientes (farmacias), adquiriendo un sistema de facturación electrónica que le ahorre tiempo, aumente la productividad y lo más importante proteger al medio ambiente con la lógica cero papeles.

BIBLIOGRAFÍA

- AHK. (20 de Mayo de 2014). *Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana (Responsabilidad Social Empresarial - RSE)*. Obtenido de Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana (Responsabilidad Social Empresarial - RSE): <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- Cajiga Calderón, J. F. (18 de Febrero de 2014). *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Carapaica, L. (1 de Junio de 2009). *Gerencia y Cambio Organizacional*. Obtenido de Gerencia y Cambio Organizacional: <http://gerenciaycambio.blogspot.com/2009/06/que-es-la-responsabilidad-social.html>
- CENTRARSE. (2012). *Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial: http://centrarse.org/?page_id=6
- CERES. (20 de Febrero de 2014). *CERES(Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social)*. Obtenido de CERES(Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social): <http://www.redceres.org/>
- Galicia, X. d. (6 de Marzo de 2014). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Dimensiones de la RSE: http://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=17&lang=es
- IRSE. (20 de Febrero de 2014). *IRSE (Responsabilidad Social Empresarial) SOSTENIBILIDAD*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de IRSE (Responsabilidad Social Empresarial) SOSTENIBILIDAD: <http://www.irse-ec.org/index.html>
- Moneva, J. M., & Lizcano, J. L. (6 de Marzo de 2014). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf>
- Navas Leoro, M. A. (2013). Fundamentos de la RSE y su relación con la empresa. En M. A. Navas Leoro, *Responsabilidad Social Empresarial-Texto Guía-Maestría en Gestión Empresarial-UTPL* (pág. 17). Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- PLARSE. (7 de Mayo de 2014). *Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://www.centrum.pucp.edu.pe/pdf/noticias/quesonlosindicadoresethosperu2021.pdf>
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Directrices de la OCDE. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 47). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Indicadores GRI. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 49). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. .
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). ISO 26000. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (págs. 49-50). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Pacto Mundial. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (págs. 46-47). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). SA8000. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 52). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Obtenido de Niveles de Responsabilidad Social Empresarial: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Niveles%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>
- Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva*. Obtenido de Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial: <http://eumed.net/libros-gratis/2008c/436/#indice>
- Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva*. Obtenido de Entorno de la Responsabilidad Social Empresarial: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/entorno%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>

ANEXOS

ANEXO 1

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO JOSÉ VERDEZOTO

1. “DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS FARMACÉUTICOS JOSÉ VERDEZOTO CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE CUENCA, AÑO 2014.

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto no cuenta con un programa de responsabilidad social empresarial (memoria de sostenibilidad), que abarque asuntos relacionados a la rendición de cuentas a sus diferentes grupos de interés en lo económico, social y ambiental. Lo que realiza la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto, es el cumplimiento de ciertos indicadores de responsabilidad social empresarial y algunos indicadores a manera de filantropía, que para el tiempo en que estamos viviendo no lo es más factible. La distribuidora tendría que comprometerse íntegramente con sus stakeholders y responder por sus actos, para ser una distribuidora ejemplar y muchas otras distribuidoras de medicamentos comiencen a imitar esta gran gestión innovadora e interesante para la colectividad.

El estudio para la implementación del diseño del programa de responsabilidad social empresarial (memoria de sostenibilidad) para la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto se lo realizará en sus instalaciones, en la ciudad de Cuenca (gerente y trabajadores) y también a sus clientes (farmacias) de la ciudad de Loja.

El tiempo de estudio será de enero a septiembre del 2014, para poder recabar toda la información necesaria y así diseñar un programa de responsabilidad social empresarial (memoria de sostenibilidad) con la ayuda de los principales modelos de medición de la RSE a nivel local e internacional, para finalmente elaborar un reporte (memoria) de sostenibilidad (GRI) para la distribuidora, cuya finalidad es la de brindar la información económica, social y ambiental que realiza la distribuidora a todos sus grupos de interés o stakeholders.

1.2. Formulación.

¿Las prácticas económicas, sociales y ambientales que tiene hoy en día la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto están acordes al entorno en que se desenvuelve?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Propósito

El motivo de la presente encuesta nace con la finalidad de cumplir con el desarrollo de un proyecto de tesis sobre Responsabilidad Social Empresarial. Sus respuestas permitirán hacer un levantamiento de información de aspectos importantes, es por ello que les pido su ayuda para responder las siguientes preguntas de la manera más sincera.

Objetivo General

Elaborar una encuesta que permita conocer el grado de conocimiento y cumplimiento de la rendición de cuentas de la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto con sus diferentes grupos de interés (accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad, entorno y estado) y a la vez diseñar un programa de responsabilidad social empresarial (memoria de sostenibilidad) que brinde información económica, social y ambiental.

Objetivos Específicos

- Conocer la realidad económica, social y ambiental de la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca.
- Orientar a la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto sobre la implantación de las prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de la misma.
- Insertar la Responsabilidad Social Empresarial de una forma íntegra a las gestiones diarias que realiza la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca.
- Elaborar un reporte de sustentabilidad (memoria de sostenibilidad), adaptándose a las necesidades de la distribuidora, a través de las principales herramientas de medición de responsabilidad social empresarial (GRI), que contenga información económica, social y ambiental de la distribuidora.

3. DEFINICIÓN DE FUENTES DE DATOS Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN.

Las fuentes de datos serán las actividades que realiza la distribuidora, así como también el lugar dónde se desenvuelve, recabando información referente a la responsabilidad social empresarial.

4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La información recabada será de primera mano, entrevistándose con los principales involucrados que son el gerente de la distribuidora, los trabajadores o colaboradores de la empresa y sus clientes que son las farmacias que la distribuidora presta sus servicios.

5. DISEÑO DEL PLAN DE MUESTREO.

5.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN.

La población de estudio es de 40 trabajadores de la distribuidora que laboran en Cuenca, 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que la distribuidora José Verdezoto presta sus servicios y a su gerente.

Objetivos Específicos	Necesidades de Información	Fuente de Datos	Herramienta
Conocer la realidad económica, social y ambiental de la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca.	Averiguar cómo se está administrando a la empresa en lo económico, social y ambiental	Primaria	A través de una encuesta a su gerente, trabajadores y clientes
Orientar a la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto sobre la implantación de las prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de la misma.	Hacer conocer las diferentes prácticas y herramientas de responsabilidad social empresarial para su correcta implementación	Secundaria	Libros Papers Internet Revistas.
Insertar la Responsabilidad Social Empresarial de una forma íntegra a las gestiones diarias que realiza la distribuidora de medicamentos farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca.	Culturizar a la distribuidora que se debe gestionar la sostenibilidad al interior de la distribuidora	Primarias	Capacitación al personal que labora en la distribuidora
Elaborar un reporte de sustentabilidad, adaptándose a las necesidades de la distribuidora, a través de las principales herramientas de medición de responsabilidad social empresarial (GRI), que contenga información económica, social y ambiental de la distribuidora.	Recabar información referente a las actividades económicas, sociales y ambientales que realiza la distribuidora	Primarias	Encuesta fidedigna a todos los involucrados que son: gerente, trabajadores y clientes

ANEXO 2

ENTREVISTA AL GERENTE JOSÉ VERDEZOTO

1) ¿Usted está informado o tiene conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial RSE? Explique su respuesta por favor.

Si () No () Parcialmente ()

.....
.....

2) ¿A través de que medio adquirió este conocimiento? (Marque solamente una respuesta)

Internet ()

Televisión ()

Radio ()

Periódico ()

Revistas ()

Otros ()

Especifique.-.....

3) ¿Qué entiende usted por responsabilidad social empresarial RSE?

.....
.....
.....

4) ¿Usted cree que es de gran importancia que las empresas realicen prácticas de responsabilidad social empresarial?

Totalmente de acuerdo ()

De acuerdo ()

En desacuerdo ()

Totalmente en desacuerdo ()

5) ¿Su distribuidora tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE en lo económico (Entrega de estado de resultados, activo, pasivo, patrimonio, utilidades, pago de impuestos)?

Si () No () Parcialmente ()

¿Cuáles?.....
.....

- 6) ¿Su distribuidora tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE en lo social (Políticas de recursos humanos, seguridad y salud laboral, productos y servicios de calidad, proyectos sociales en educación, alimentación, salud, culturales, deportivos)?

Si () No () Parcialmente ()

¿Cuáles?.....
.....

- 7) ¿Su distribuidora tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE en lo ambiental (Políticas amigables con el medio ambiente, optimización del uso eficaz de energía y agua)?

Si () No () Parcialmente ()

¿Cuáles?.....
.....

- 8) ¿Su distribuidora posee una estructura organizacional y gobierno corporativo (administradores, accionistas)? Explique su respuesta por favor.

Si () No () Parcialmente ()

.....
.....

- 9) ¿La distribuidora JV asume compromisos de RSE con sus grupos de interés? (Marque las que correspondan)

Accionistas ()

Trabajadores ()

Clientes ()

Proveedores ()

Comunidad ()

ANEXO 3

ENCUESTA PARA LOS TRABAJADORES DE JOSÉ VERDEZOTO

- 1) ¿Qué grado de conocimiento tiene usted sobre el conocimiento del concepto de RSE?
- Muy bueno ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()
- 2) ¿Cómo se empapó de este conocimiento sobre RSE? (Marque una sola respuesta)
- En la distribuidora ()
Internet ()
Televisión ()
Radio ()
Periódico ()
Revistas ()
Otros () Especifique.-
- 3) ¿Ha notado algún tipo de discriminación como por ejemplo? (Marque una sola respuesta)
- Discriminación de género ()
Discriminación de Raza ()
Discriminación de Nivel Socio – Económico ()
Discriminación de orientación política ()
Discriminación de orientación sexual ()
Ninguno ()
- 4) ¿Cómo considera el clima laboral de la empresa?
- Muy bueno ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()
- 5) ¿La empresa alguna vez ha tenido problemas con el estado por problemas de pago de?
- Permisos de Funcionamiento ()
Mora con el municipio ()
Impuesto a la renta ()

Ninguno ()

6) ¿La distribuidora para realizarme como persona me ayuda en? (Marque una sola respuesta)

Capacitación constante ()

Desarrollo Personal ()

Incentivos económicos ()

Nada ()

Otros () Especifique.-

7) ¿En la distribuidora cómo se toman las decisiones ante cualquier situación?

Con ayuda de los trabajadores ()

El gerente y directivos toman las decisiones ()

8) ¿En lo referente a políticas medio ambientales usted? (Marque una sola respuesta)

Recibe capacitaciones en temas ambientales ()

Recibe capacitaciones en ámbitos ecológicos ()

No recibe nada ()

9) ¿Usted sabe si la distribuidora invierte en? (Marque una sola respuesta)

Proyectos de interés social ()

En el medio ambiente ()

Trabajos voluntariados ()

Donaciones ()

No invierte en nada ()

10) ¿La distribuidora cómo colabora con el impacto ambiental? (Marque una sola respuesta)

En reducción de emisiones ()

En reducción de energía ()

En Reciclaje de desechos ()

En ahorro de agua y energía ()

Consumiendo energías renovables ()

No colabora con el medio ambiente ()

11) ¿En la distribuidora se trabaja de una forma?

Transparente (democrática, responsable) ()

No transparente (antidemocrática, irresponsable, corrupta) ()

12) ¿La comunicación en la distribuidora se la realiza de una forma? (Marque una sola respuesta)

Verbal ()

A través de e-mails ()

A través de mensajes de texto ()

Reuniones ()

Carteleras ()

No hay comunicación ()

13) ¿En la distribuidora se nota que se trabaja con?

Ética y profesionalismo ()

Con deshonestidad ()

14) ¿La distribuidora tiene alianzas con? (Marque una sola respuesta)

Estado ()

Ong's ()

Redes ()

Organismos internacionales ()

Empresas ()

Ninguno ()

15) ¿Qué actividades promueve la distribuidora? (Marque una sola respuesta)

Culturales ()

Deportivas ()

Ambientales ()

Económicas ()

Educativas ()

De Salud ()

Ninguna ()

16) ¿Cómo es la relación con sus proveedores?

Muy bueno ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

17) ¿La distribuidora de qué manera le cancela su sueldo?

Quincenal ()

Mensual ()

Abonos ()

18) ¿Cuánto percibe por su trabajo en la distribuidora?

Menos de \$300 ()

\$301 a \$400 ()

\$401 a \$500 ()

\$501 a \$600 ()

\$601 a \$700 ()

\$701 y más () Especifique.-

19) ¿Desde que entró a trabajar a la distribuidora que tipos de beneficios obtuvo?

Afiliación al IEES ()

13º y 14º Sueldo ()

Ambos ()

20) ¿Nombre del departamento al que pertenece?

Departamento Administrativo ()

Departamento Financiero ()

Departamento de Negocios ()

Departamento de Recursos Humanos ()

Otros departamentos () Especifique.-

21) ¿Su posición laboral en la empresa es de?

Administrativo (secretaria, asistente, facturador, archivero, contabilidad, ventas) ()

Operario (obrero, chofer, bodeguero) ()

Otra posición laboral () Especifique.-.....

22) Tiempo (meses, años) que lleva laborando en la distribuidora JV?

De 0 meses a 1 año (12 meses) ()

De 2 años a 5 años ()

De 6 años a 10 años ()

De 11 años a 15 años ()

De 16 años a 20 años ()

De 21 años a 25 años ()

De 26 años a 30 años ()

De 31 años en adelante ()

23) ¿Su edad es de?

De 18 años a 20 años ()

De 21 años a 30 años ()

De 31 años a 40 años ()

De 41 años a 50 años ()

De 51 años a 60 años ()

De 61 años en adelante ()

24) ¿Sexo?

Masculino () Femenino ()

ANEXO 4

ENCUESTA A LOS ADMINISTRADORES DE LAS FARMACIAS QUE JOSÉ VERDEZOTO PRESTA SUS SERVICIOS

Nombre de la farmacia

Barrio.....

Años que lleva trabajando con la Distribuidora.....

Necesidades de Información	Contenido de la pregunta	Formato de la Pregunta	Redacción de la pregunta	Orden de la pregunta
Conocimiento RSE	¿Usted como cliente está informado o tiene conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial RSE?	Dicotómica	¿Usted como cliente está informado o tiene conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial RSE? Si () No () Parcialmente ()	1
Medio	¿A través de que medio adquirió este conocimiento?	Opción única	¿A través de que medio adquirió este conocimiento? (Marque una sola respuesta) TV, radio, prensa () Libros, revistas, tesis, monografías () Publicaciones y videos en internet () Cursos de capacitación () Disposiciones y comunicaciones gremiales () Otros () Especifique.-.....	2
Definición	¿Qué entiende usted por responsabilidad social empresarial RSE?	Abierta	¿Qué entiende usted por responsabilidad social empresarial RSE? 	3

Relevancia	¿Cuán importante es la responsabilidad social empresarial RSE de la distribuidora Verdezoto hacia su farmacia? Nada importante Muy importante	Opción única	¿Cuán importante es la responsabilidad social empresarial RSE de la distribuidora Verdezoto hacia su farmacia? Nada importante Muy importante 	4
Comunicación	¿Cuál es el canal más frecuente a través del cual recibió información sobre la distribuidora durante el último periodo?	Opción única	¿Cuál es el canal más frecuente a través del cual recibió información sobre la distribuidora durante el último periodo? Formales de la Distribuidora (llamadas, memos, etc.) () Informales en la Distribuidora (comentarios de clientes, etc.) () Externos en la Distribuidora (avisos en diarios, comentarios de personas que no son clientes, etc.) ()	5
Prácticas de RSE	¿Qué opinión tiene el servicio que le brindo la Distribuidora Verdezoto, comparándolo con otros similares ofrecidos en el mercado?	Opción única	¿Qué opinión tiene el servicio que le brindo la Distribuidora Verdezoto, comparándolo con otros similares ofrecidos en el mercado? Muy bueno () Bueno () Regular () Malo ()	6
Gestión RSE	¿Quién gestiona las iniciativas de negocios (venta de medicamentos) en su farmacia?	Opción única	¿Quién gestiona las iniciativas de negocio (venta de medicamentos) en su farmacia? Gerente general de JV () Asesor Comercial de JV () Call Center de JV ()	7
Servicios	¿Qué le parecen los servicios sociales que le brindó la Distribuidora Verdezoto como descuentos, promociones, regalos, seguros, durante el último periodo?	Opción única	¿Qué le parecen los servicios sociales que le brindó la Distribuidora Verdezoto como descuentos, promociones, regalos, seguros, durante el último periodo? Muy buenos () Buenos () Regulares () Malo ()	8

Enfoque	¿En cuál de las siguientes áreas Verdezoto enfoca su estrategia de RSE para su farmacia?	Opción única	<p>¿En cuál de las siguientes áreas Verdezoto enfoca su estrategia de RSE para su farmacia? (Marque una sola respuesta)</p> <p>Educación (becas y capacitación) () Deporte y recreación () Salud y seguridad laboral () Motivación y participación () Integración familiar () Arte y cultura () Aporte económico, ayudas y premios () En ninguna área ()</p>	9
Influencia RSE	¿En cuál de las siguientes áreas su farmacia ejecuta acciones de RSE en la comunidad? Tomando como influencia la distribuidora JV	Opción única	<p>¿En cuál de las siguientes áreas su farmacia ejecuta acciones de RSE en la comunidad? Tomando como influencia la distribuidora JV (Marque una sola respuesta).</p> <p>Arte y cultura () Aporte económico, ayudas y premios () Ambiental () Infraestructura () Salud () Educación () Capacitación () En ninguna área ()</p>	10

5.2. IDENTIFICACIÓN DEL MARCO MUESTRAL.

Se utilizará documentación bibliográfica para establecer la historia, evolución y definición de la RSE y su inserción en la empresa José Verdezoto Cia Ltda. También es necesario ir al campo de estudio para identificar la realidad organizacional tal cual se está manifestando actualmente.

Luego se utilizará lo siguiente: una entrevista a profundidad a través de un cuestionario se procederá a entrevistar a personas consideradas líderes de opinión. Generalmente, los participantes expresan información valiosa para el tema de investigación, esta técnica se realizará al Gerente de la empresa José Verdezoto Cía. Ltda.

Finalmente se aplicará encuestas a 40 trabajadores de la distribuidora que laboran en Cuenca y 40 farmacias de la ciudad de Loja a la que la distribuidora José Verdezoto presta sus servicios, con el propósito de identificar las prácticas de RSE de la empresa Verdezoto con el fin de construir la visión tradicional de Responsabilidad Social Empresarial, de manera que se obtengan algunas dimensiones básicas de su composición gracias a los datos obtenidos.

ANEXO 5

FOTOS ENCUESTAS, EMPRESA Y COLABORADORES DE LA DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS FARMACÉUTICOS JOSÉ VERDEZOTO.

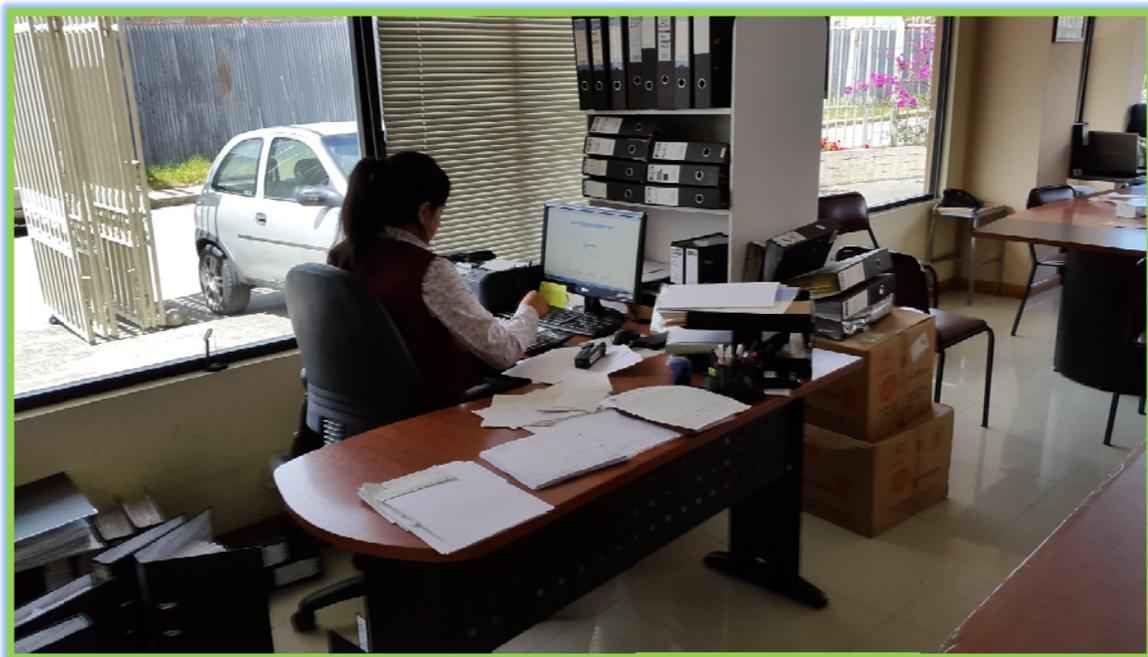
Ing. Pablo Xavier Criollo – Agente Vendedor de JV (2014-09-16)



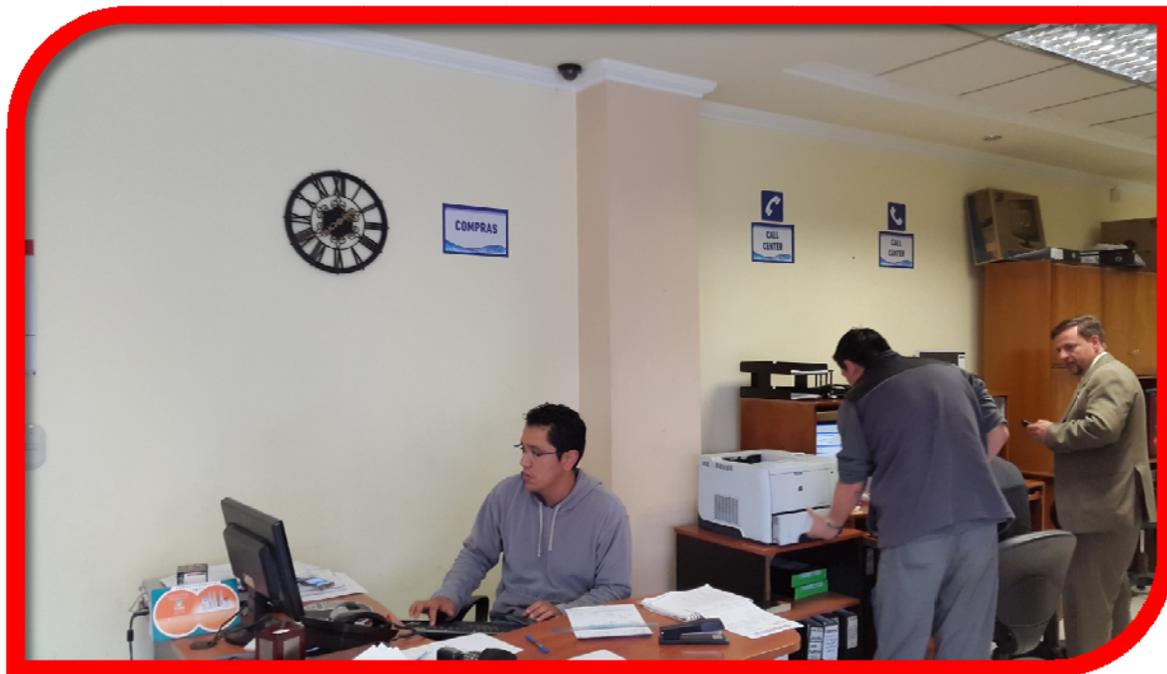
Sr. Luis Verdezoto García – Gerente de Ventas JV (2014-09-16)



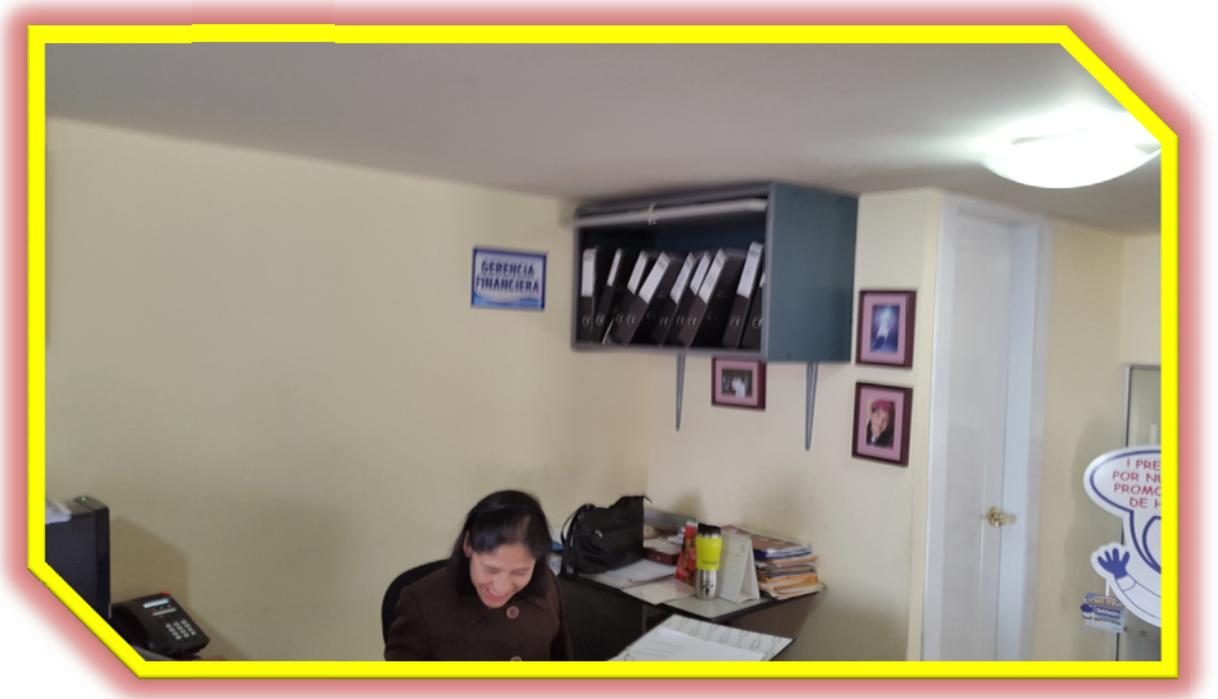
Colaboradora de Ventas de JV (2014-09-16)



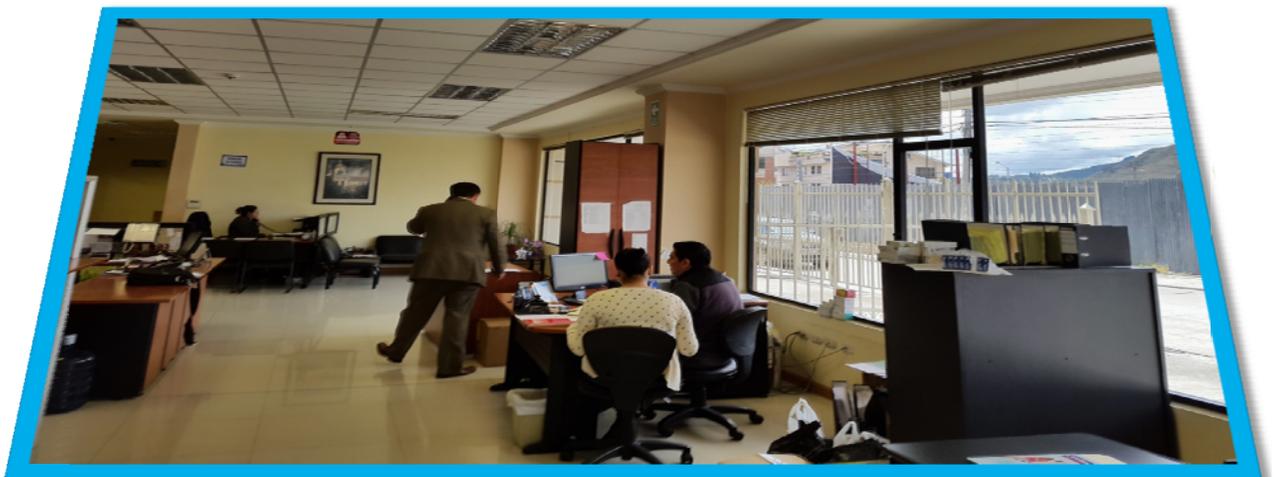
Colaborador de Compras y Call Center de JV (2014-09-16)



Ing. María Dolores Verdezoto García – Gerente Financiera JV (2014-09-16)



Colaboradores de JV (2014-09-16)



Recepción JV (2014-09-16)



Bodega de JV (2014-09-16)

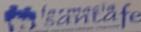


Logotipo de la Fuerza de Ventas de JV (2014-09-16)



Encuesta para Farmacias de Loja (2014-09-20)

Actividad de RSE	¿Qué opción tiene el servicio que le brinda la Distribuidora Verdezoto, comparándolo con otros servicios ofrecidos en el mercado?	Copión múltiple	¿Qué opción tiene el servicio que le brinda la Distribuidora Verdezoto, comparándolo con otros servicios ofrecidos en el mercado?	4
			Muy bueno (1) Bueno (2) Regular (3) Malo (4)	
Beneficio RSE	¿Cuál opción de iniciativas de RSE de la distribuidora JV en su farmacia?	Copión múltiple	¿Cuál opción de iniciativas de RSE de la distribuidora JV en su farmacia?	3
			Campaña general de JV (1) Asesoría Contable de JV (2) Call Center de JV (3)	
Beneficio	¿Cuál le parecen los servicios sociales que le brinda la Distribuidora Verdezoto como descuentos, promociones, regalos, seguros, durante el último período?	Copión múltiple	¿Cuál le parecen los servicios sociales que le brinda la Distribuidora Verdezoto como descuentos, promociones, regalos, seguros, durante el último período?	4
			Muy buenos (1) Buenos (2) Regulares (3) Malos (4)	
Actividad	¿En cuál de las siguientes áreas Verdezoto enfoca su estrategia de RSE para su farmacia?	Copión múltiple	¿En cuál de las siguientes áreas Verdezoto enfoca su estrategia de RSE para su farmacia? (Marque las que correspondan)	4
			Educación (Becas y capacitación) () Deporte y recreación () Salud y seguridad laboral (X) Motivación y participación (X) Integración familiar () Arte y cultura () Apoyo económico, ayudas y premios () En ninguna área ()	
Influencia RSE	¿En cuál de las siguientes áreas su farmacia ejecuta acciones de RSE en la comunidad? Tomando como influencia la distribuidora JV	Copión múltiple	¿En cuál de las siguientes áreas su farmacia ejecuta acciones de RSE en la comunidad? Tomando como influencia la distribuidora JV (Marque las que correspondan). Explique su respuesta.	10
			Arte y cultura () Apoyo económico, ayudas y premios () Ambiental () Infraestructura (X) Salud (X) Educación (X) Capacitación (X)	


FARMACIA SANTA FE
 RUC: 1100162377001
 José González Godoy
 Dr. An. Universidad 21-26 y Juan de Salazar
 Loja - Ecuador
 Teléfono: 2274955-2378001 CEL: 0981199914

Encuesta para trabajadores JV (2014-09-20)

16) ¿Cómo es la relación con sus acreedores?

Muy buena ()
Buena ()
Regular ()
Mala ()

17) ¿La distribuidora de qué manera le concede su crédito?

General ()
Mensual ()
Al mes ()

18) ¿Cuánto percibe por su trabajo en la distribuidora?

Menos de \$300 ()
\$301 a \$400 ()
\$401 a \$500 ()
\$501 a \$600 ()
\$601 a \$700 ()
\$701 y más () Especificar: _____

19) ¿Cuál es el tipo de contrato que tiene de beneficiario laboral?

Afiliado al IESS ()
13ª y 14ª Base ()
Otro () Especificar: _____

20) ¿Nombre del departamento al que pertenece?

Departamento Administrativo ()
Departamento Financiero ()
Departamento de Negocios ()
Departamento de Recursos Humanos ()
Otro departamento () Especificar: Legal

21) ¿Su posición laboral en la empresa es de?

Administrativo (secretaría, asistente, facturación, cobros, contabilidad, etc.) ()
Operario (obrero, chofer, bodega) ()
Otra posición laboral () Especificar: Legal

22) Tiempo (meses, años) que lleva laborando en la distribuidora (JV)

De 0 meses a 1 año (12 meses) ()
De 2 años a 5 años ()
De 6 años a 10 años ()
De 11 años a 15 años ()
De 16 años a 20 años ()
De 21 años a 30 años ()
De 26 años a 30 años ()
De 31 años en adelante ()

23) ¿Su edad es de?

De 18 años a 20 años ()
De 21 años a 30 años ()
De 31 años a 40 años ()
De 41 años a 50 años ()
De 51 años a 60 años ()
De 61 años en adelante ()

24) ¿Sexo?

Masculino (X) Femenino ()

Carlos Arango

ANEXO 6

GRÁFICOS ESTADÍSTICOS MÁS IMPORTANTES DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES (FARMACIAS) DE LA DISTRIBUIDORA JOSÉ VERDEZOTO.

¿La empresa alguna vez ha tenido problemas con el estado por dificultades de pago de?

Tabla 9. Inconvenientes con el Estado

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Permisos de funcionamiento	0	0%
Mora con el municipio	0	0%
Impuesto a la Renta	0	0%
Ninguno	40	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)



Figura 1. Inconvenientes con el Estado

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Cómo se considera el clima laboral de la empresa?

Tabla 11. Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	5	12.5%
Bueno	28	70%
Regular	7	17.5%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

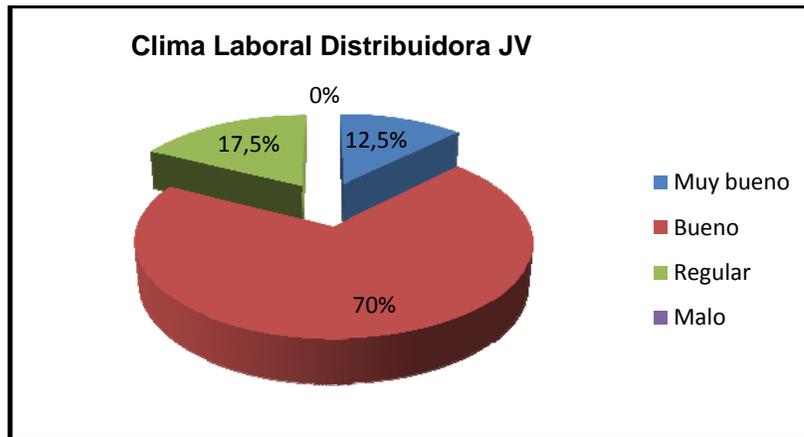


Figura 2. Clima laboral en la Distribuidora Verdezoto

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿La distribuidora de qué manera le cancela su sueldo?

Tabla 12. Tiempo de pago en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Quincenal	0	0%
Mensual	40	100%
Abonos	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)



Figura 3. Tiempo de pago en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Cuánto percibe por su trabajo en la distribuidora?

Tabla 13. Remuneración en JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Menos de \$300	0	0%
\$301 a \$400	0	0%
\$401 a \$500	5	12.5%
\$501 a \$600	10	25%
\$601 a \$700	0	0%
\$701 y más	25	62.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

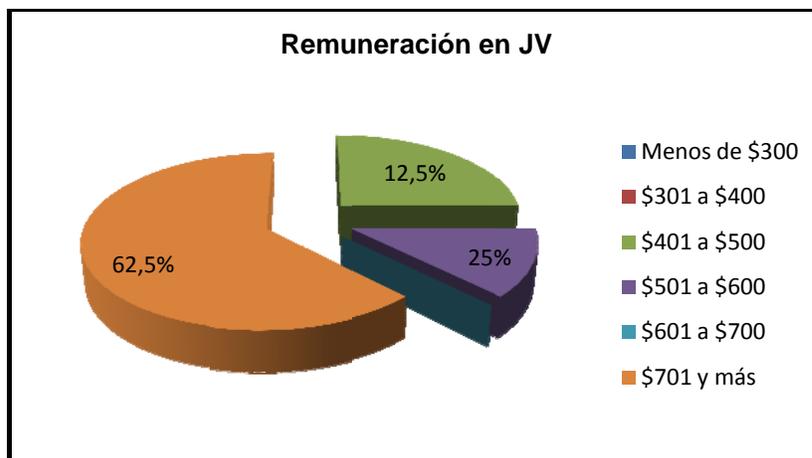


Figura 4. Remuneración en JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Desde que entró a trabajar a la distribuidora que tipos de beneficios obtuvo?

Tabla 14. Beneficios sociales que ofrece JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Afiliación al IEES	0	0%
Décimo tercero y Décimo cuarto sueldo (13 ^o y 14 ^o)	0	0%
Ambos	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

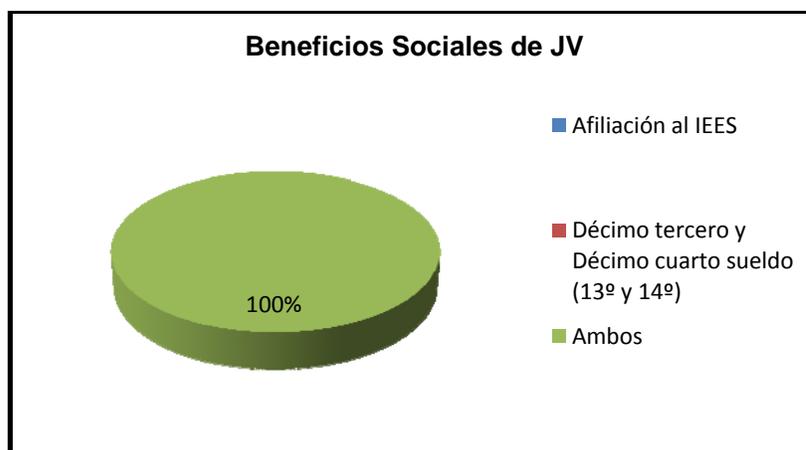


Figura 5. Beneficios sociales que ofrece JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Tiempo (meses, años que lleva laborando en la distribuidora JV?)

Tabla 15. Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
De 0 meses a 1 año (12 meses)	5	12.5%
De 2 años a 5 años	6	15%
De 6 años a 10 años	15	37.5%
De 11 años a 15 años	4	10%
De 16 años a 20 años	2	5%
De 21 años a 25 años	8	20%
De 26 años a 30 años	0	0%
De 31 años en adelante	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

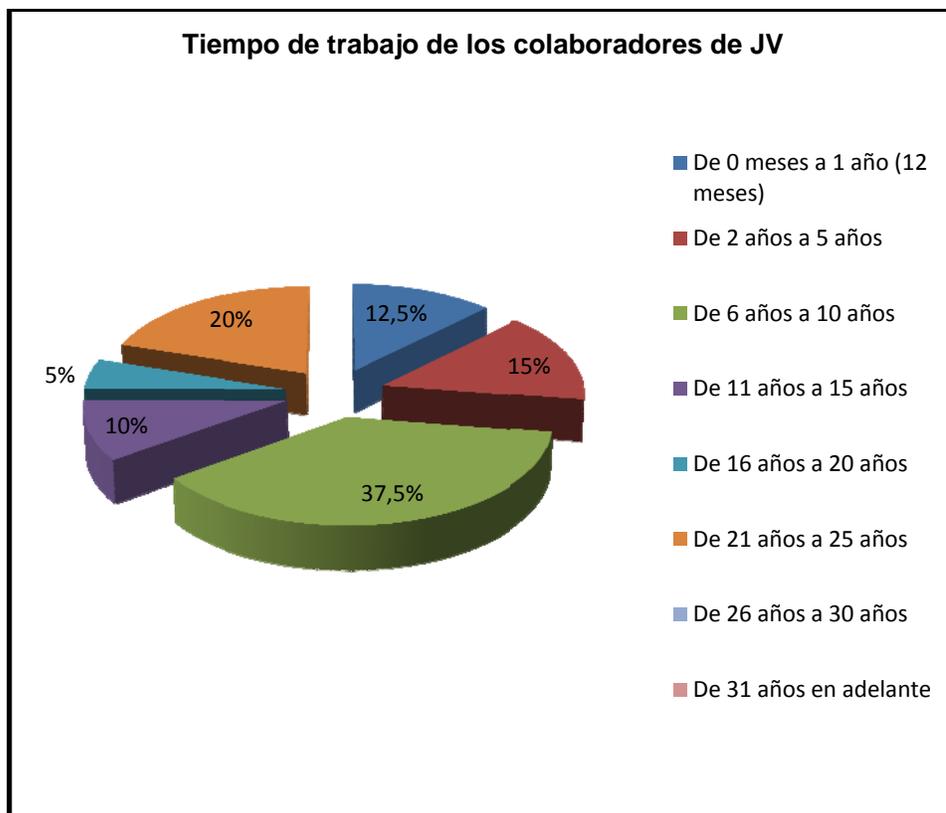


Figura 6. Tiempo de trabajo de los colaboradores de JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Su edad es de?

Tabla 16. Edad de los colaboradores de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
De 18 años a 20 años	0	0%
De 21 años a 30 años	15	37.5%
De 31 años a 40 años	15	37.5%
De 41 años a 50 años	5	12.5%
De 51 años a 60 años	5	12.5%
De 61 años en adelante	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

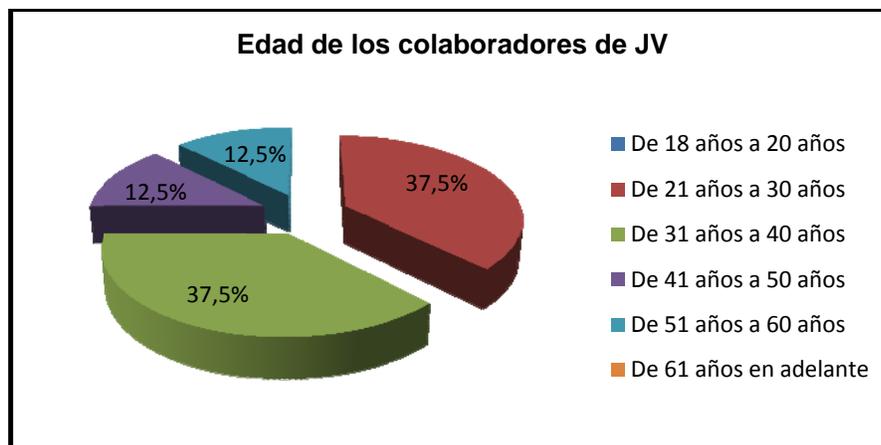


Figura 7. Edad de los colaboradores de JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿Sexo?

Tabla 17. Fuerza laboral de JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Masculino	31	77.5%
Femenino	9	22.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

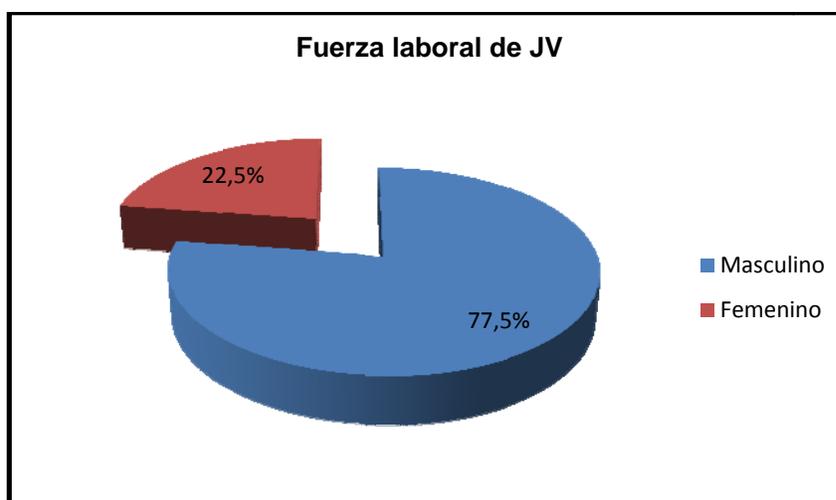


Figura 8. Fuerza laboral de JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿Ha notado algún tipo de discriminación como por ejemplo?

Tabla 18. Tipo de discriminación en la Distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Discriminación de género	0	0%
Discriminación de raza	3	7.5%
Discriminación de Nivel Socio- Económico	2	5%
Discriminación de orientación política	0	0%
Discriminación de orientación sexual	0	0%
Ninguno	35	87.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

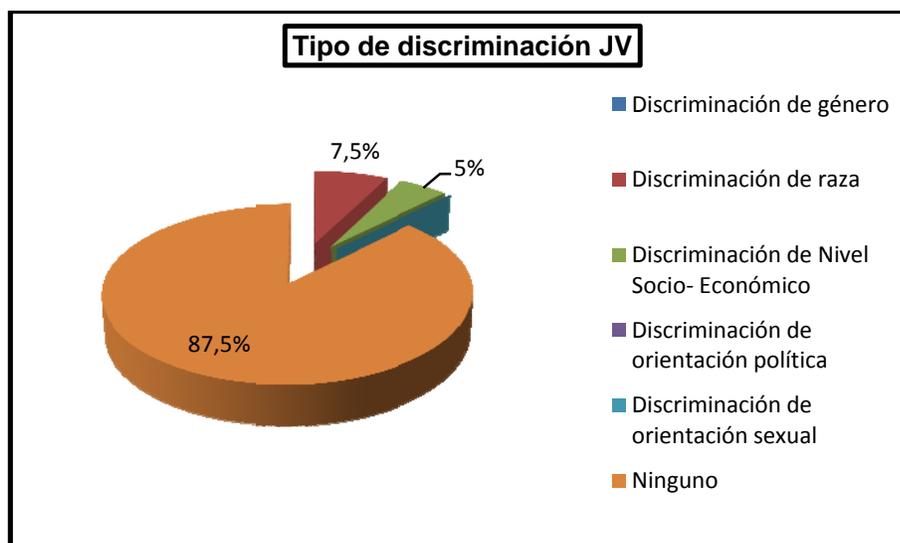


Figura 9. Tipo de discriminación en la Distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

¿La comunicación en la distribuidora se la realiza de una forma?

Tabla 19. Comunicación en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Verbal	20	50%
A través de e-mails	10	25%
A través de mensajes de texto	0	0%
Reuniones	10	25%
Carteleras	0	0%
No hay comunicación	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

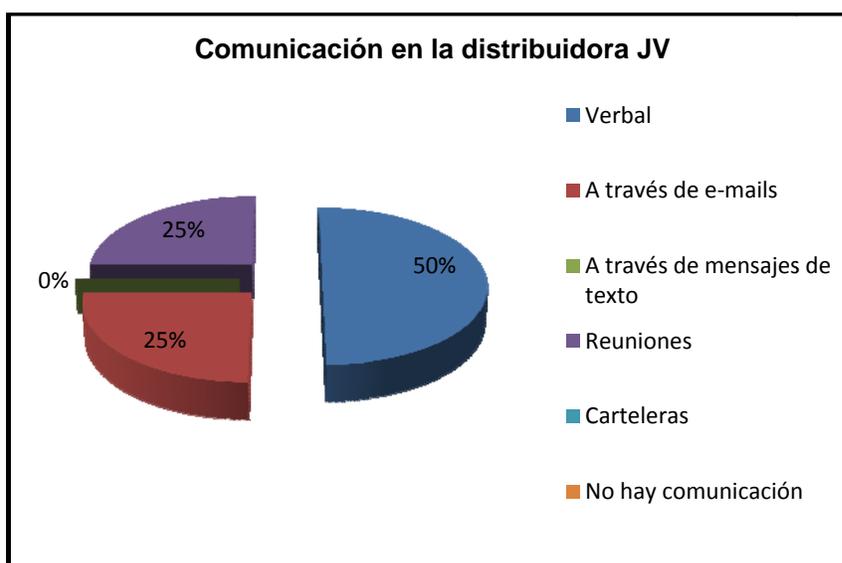


Figura 10. Comunicación en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿La distribuidora para realizarme como persona me ayuda en?

Tabla 20. Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Capacitación constante	35	87.5%
Desarrollo personal	5	12.5%
Incentivos económicos	0	0%
Nada	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

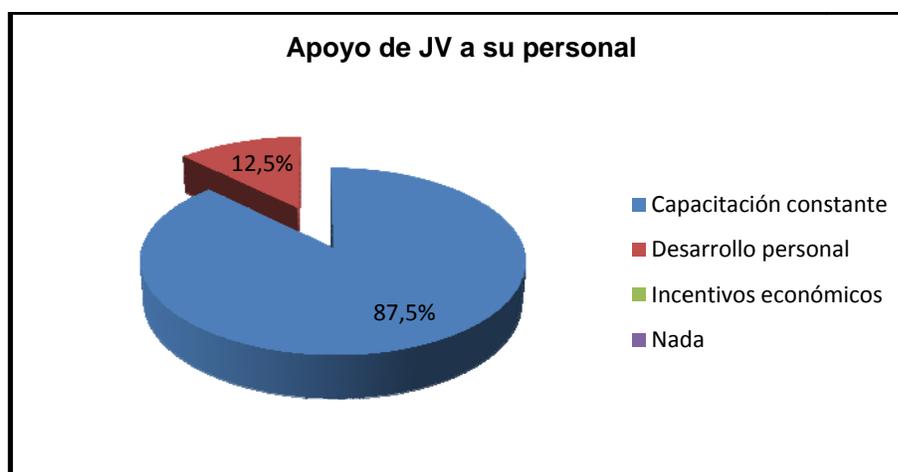


Figura 11. Apoyo de la Distribuidora JV para la formación de su personal

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿En la distribuidora cómo se toman las decisiones ante cualquier situación?

Tabla 21. Toma de decisiones en la distribuidora JV

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Con ayuda de los trabajadores	0	0%
El gerente y directivos toman las decisiones	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores JV (2014)

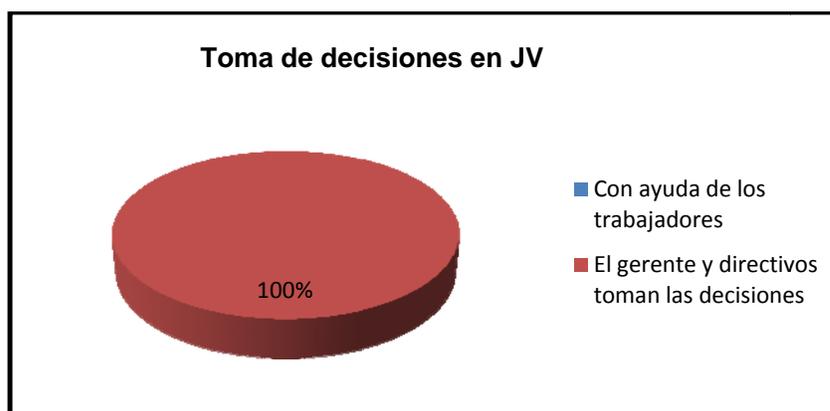


Figura 12. Toma de decisiones en la distribuidora JV

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿Qué grado de conocimiento tiene usted sobre el conocimiento del concepto de RSE?

Tabla 22. Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	0	0%
Bueno	5	12.5%
Regular	5	12.5%
Malo	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

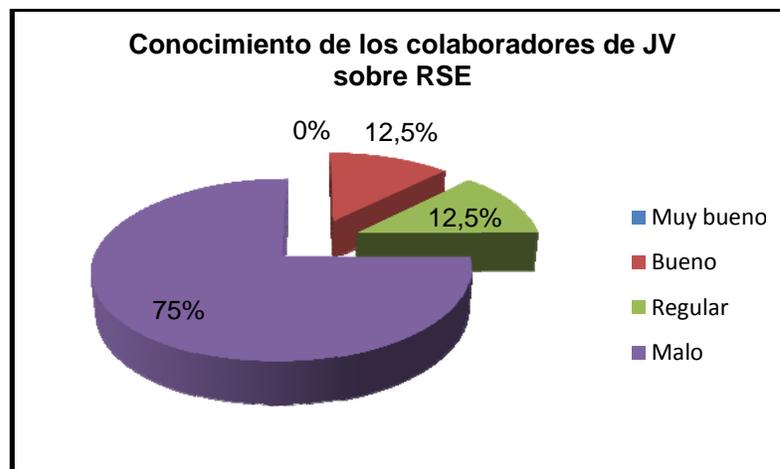


Figura 13. Conocimiento de los colaboradores de JV sobre RSE

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿Qué opinión tiene el servicio que brindó la Distribuidora Verdezoto, comparándolo con otros similares ofrecidos en el mercado?

Tabla 23. Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	0	0%
Bueno	20	50%
Regular	20	50%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

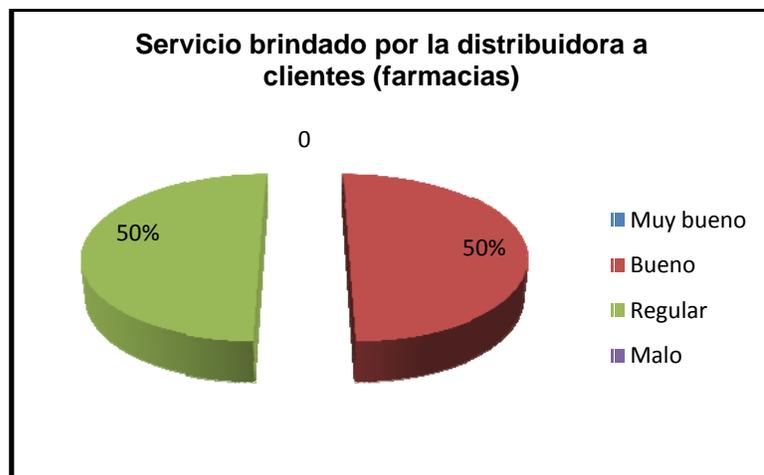


Figura 14. Servicio brindado por la distribuidora a clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿Usted como cliente está informado o tiene conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial RSE?

Tabla 24. Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	10	25%
No	30	75%
Parcialmente	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

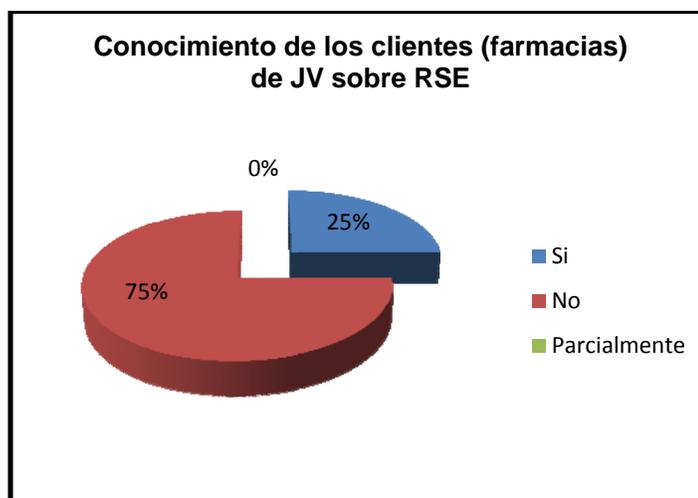


Figura 15. Conocimiento de los clientes (farmacias) de JV sobre RSE

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿Cuál es el canal más frecuente a través del cual recibió información sobre la distribuidora durante el último periodo?

Tabla 25. Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Formales de la Distribuidora (llamadas, memos)	40	100%
Informales de la distribuidora (comentarios de clientes)	0	0%
Externos en la Distribuidora (avisos en diarios, comentarios de personas que no son clientes)	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

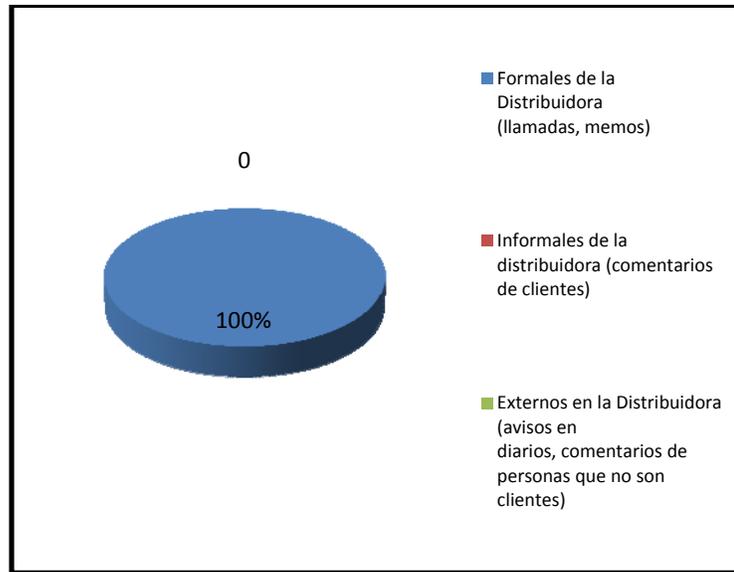


Figura 16. Comunicación de la distribuidora JV con sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿Quién gestiona los negocios de JV (venta de medicamentos) en su farmacia?

Tabla 26. Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Gerente general de JV	0	0%
Asesor Comercial JV	40	100%
Call Center de JV	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

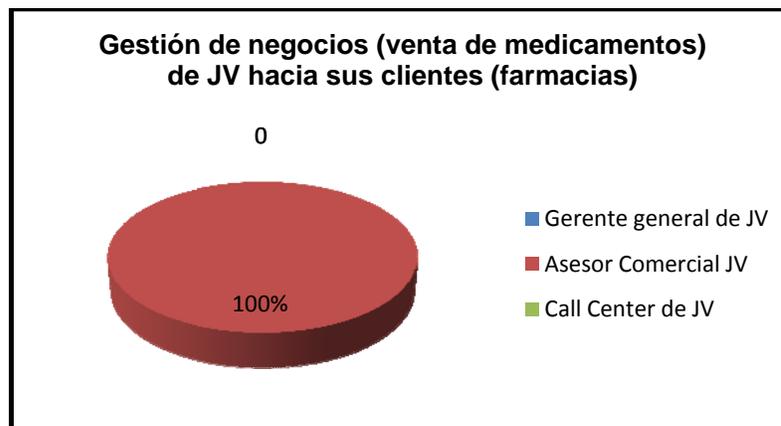


Figura 17. Gestión de negocios (venta de medicamentos) hacia sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿Qué le parecen los servicios sociales que le brindó la Distribuidora Verdezoto como descuentos, promociones, regalos, seguros, durante el último período?

Tabla 27. Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy buenos	0	0%
Buenos	10	25%
Regulares	30	75%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

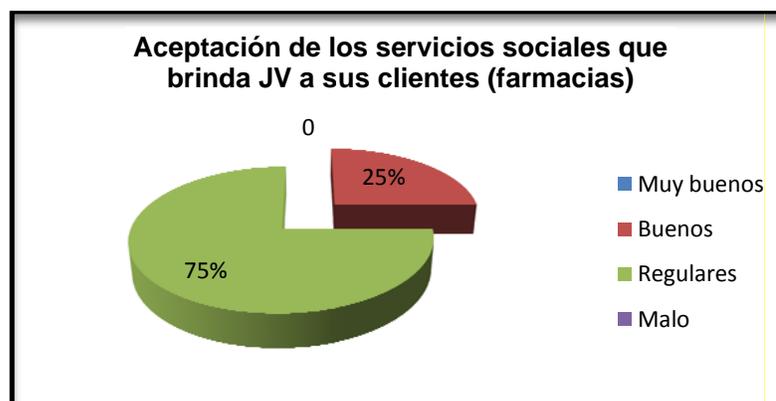


Figura 18. Aceptación de los servicios sociales que brinda JV a sus clientes (farmacias)

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿En cuál de las siguientes áreas Verdezoto enfoca su estrategia de RSE para su farmacia?

Tabla 28. Áreas en la JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias)

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Educación (becas y capacitación)	0	0%
Deporte y recreación	0	0%
Salud y seguridad laboral	10	25%
Motivación y participación	0	0%
Integración familiar	0	0%
Arte y cultura	0	0%
Aporte económico, ayudas y premios	0	0%
En ninguna área	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

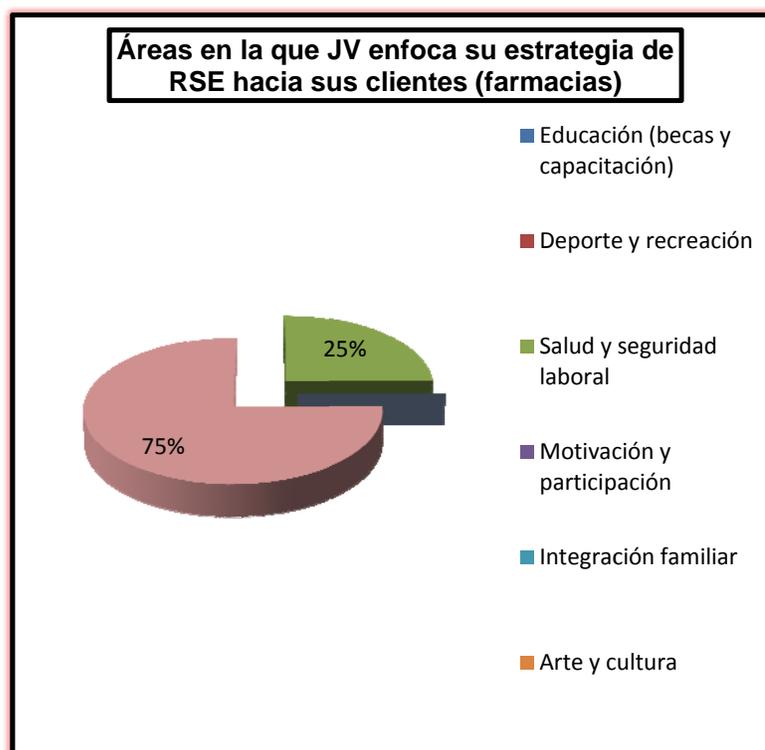


Figura 19. Áreas en la que JV enfoca su estrategia de RSE hacia sus clientes (farmacias) Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿En cuál de las siguientes áreas su farmacia ejecuta acciones de RSE en la comunidad? Tomando como influencia la distribuidora JV.

Tabla 29. Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Arte y cultura	0	0%
Aporte económico, ayudas y premios	0	0%
Ambiental	0	0%
Infraestructura	0	0%
Salud	10	25%
Educación	0	0%
Capacitación	0	0%
En ninguna área	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

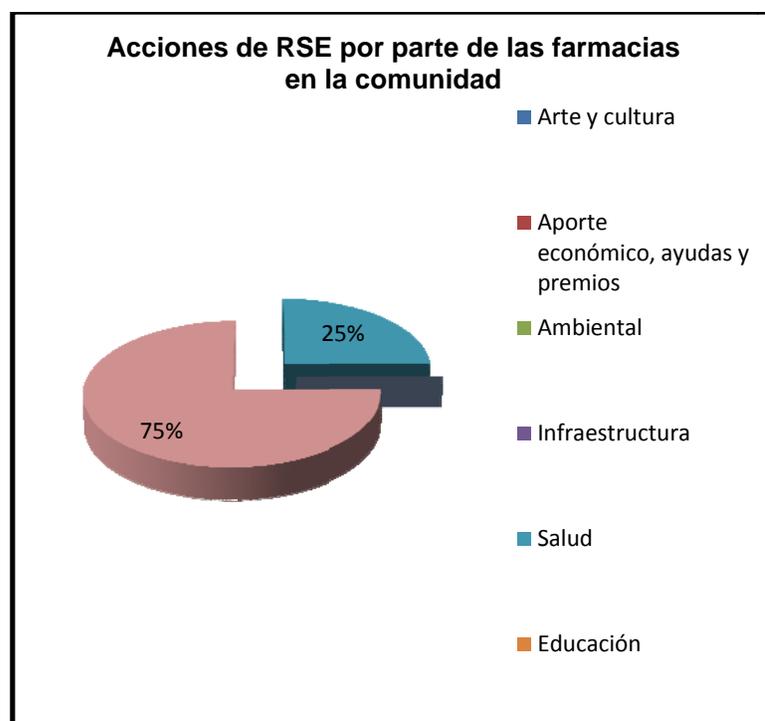


Figura 20. Acciones de RSE por parte de las farmacias en la comunidad

Fuente: Encuesta a farmacias a las que presta sus servicios JV (2014)

¿Cómo es la relación con sus proveedores?

Tabla 30. Relación con los proveedores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Muy bueno	10	25%
Bueno	27	67.5%
Regular	3	7.5%
Malo	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

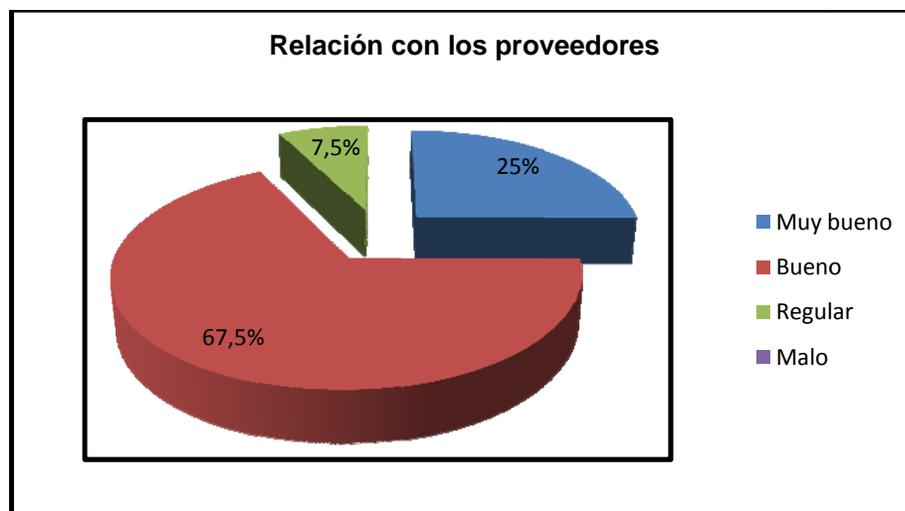


Figura 21. Relación con los proveedores

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿En lo referente a políticas medio ambientales usted?

Tabla 31. Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Recibe capacitaciones en temas ambientales	0	0%
Recibe capacitaciones en ámbitos ecológicos	0	0%
No recibe nada	40	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

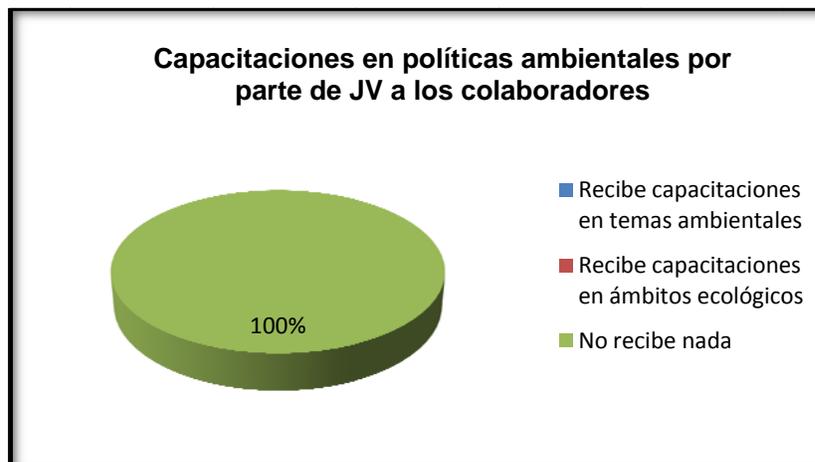


Figura 22. Capacitación en políticas ambientales por parte de JV a los colaboradores

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿La distribuidora cómo colabora con el impacto ambiental?

Tabla 32. Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
En la reducción de emisiones	0	0%
En la reducción de energía	0	0%
En Reciclaje de desechos	40	100%
En ahorro de agua y energía	0	0%
Consumiendo energías renovables	0	0%
No colabora con el medio ambiente	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

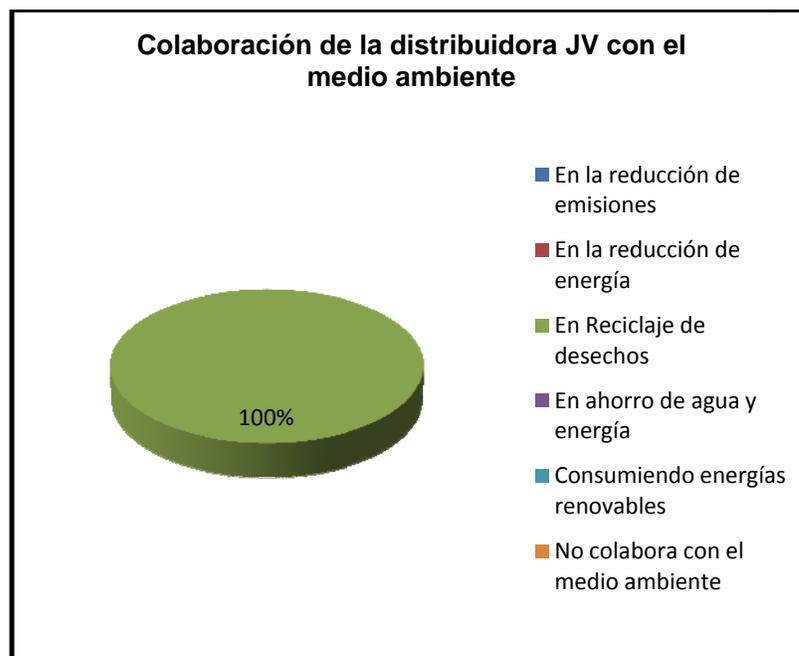


Figura 23. Colaboración de la distribuidora JV con el medio ambiente

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

¿Usted sabe si la distribuidora invierte en?

Tabla 33. Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Proyectos de interés social	0	0%
En el medio ambiente	0	0%
Trabajos voluntarios	0	0%
Donaciones	0	0%
No invierte en nada	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

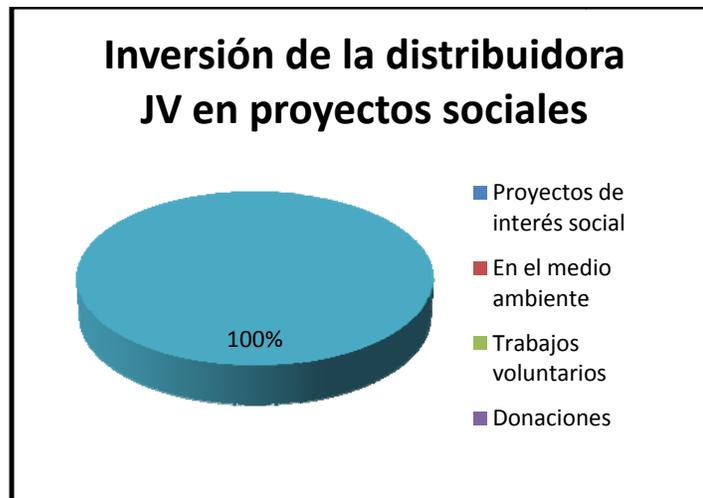


Figura 24. Inversión de la distribuidora JV en proyectos sociales

Fuente: Encuesta colaboradores de JV (2014)

Tabla 34. Indicador ETHOS de la Distribuidora José Verdezoto

ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
<p>Representa una etapa básica de acciones de la empresa: Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.</p>	<p>Representa a la etapa intermedia de las acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.</p>	<p>Representa a la etapa de acciones avanzadas, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladoras. La Responsabilidad Social y el desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.</p>	<p>Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas para la sociedad.</p>
<p>Etapa 1 </p>	<p>Etapa 2 X</p>	<p>Etapa 3 </p>	<p>Etapa 4 </p>
<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p>	

Fuente: Autor (2014)

ANEXO 7

CRONOGRAMA DE PLAN DE ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO DE PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS FARMACÉUTICOS JOSÉ VERDEZOTO CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE CUENCA, AÑO 2014.

ACTIVIDADES	NOV 2014				DIC 2014			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Brindar información Económica, social y ambiental a todos sus stakeholders. Responsable: Dr. José Verdezoto - Gerente							x	
Incentivar a los colaboradores a los colaboradores a participar de ganancias. Responsable: Luis Verdezoto – Gerente de Ventas				x				
Brindar a los clientes (farmacias) atractivos descuentos, promociones, regalos, etc. Responsable: María Verdezoto – Gerente Financiera					x			
Invertir en seguridad laboral para los colaboradores de JV Responsable: Susana Alvarado – Talento Humano					x			
Invertir en la formación del desarrollo personal de los colaboradores. Responsable: Susana Alvarado – Talento Humano					x			
Capacitar a los colaboradores y clientes (farmacias) de JV en temas referentes a la RSE. Responsable: Susana Alvarado – Talento Humano					x			
Brindar productos y servicios de calidad a los clientes (farmacias). Responsable: Luis Verdezoto – Gerente de Ventas					x			
Involucrar a los proveedores de JV. Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente de JV					x			
Invertir en proyectos interés social (comunidad). Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente de JV				x				
Capacitar a los clientes (farmacias), colaboradores y comunidad en temas ambientales. Responsable: Susana Alvarado – Talento Humano					x			
Reducir el consumo de papel Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente JV			x					
Utilizar iluminación inteligente Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente JV					x			
Acabar con las fugas de agua Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente JV				x				
Tecnología amigable con el medio ambiente Responsable: Dr. José Verdezoto – Gerente JV					x			

ANEXO 8

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

Ingeniero

Francisco Aníbal Pacheco Sempétegui, M.E.E.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FÍN DE MAESTRÍA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo, denominado "Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Distribuidora de Medicamentos Farmacéuticos José Verdezoto Cía. Ltda. de la Ciudad de Cuenca, año 2014." realizado por el profesional en formación Diego José Montaña Samaniego: cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 30 de Septiembre 2014

f).....