



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ELABORACIÓN DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA LA COMPAÑÍA DE EXPORTACIÓN DE
CACAO BURNEOEXPORT EN LA CIUDAD DE SANTO
DOMINGO.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMIMNITRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: JAVIER DAMIÁN OLIVO LUDEÑA

DIRECTOR: ECO. MARCO ANTONIO GONZÁLEZ CHAVÉZ

Riobamba – Ecuador

2022

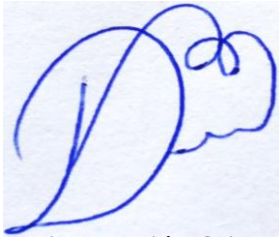
©2022, Javier Damián Olivo Ludeña

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Javier Damián Olivo Ludeña, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 15 de junio de 2022



Javier Damián Olivo Ludeña

C.C. 2350065021

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **ELABORACIÓN DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA COMPAÑÍA DE EXPORTACIÓN DE CACAO BURNEOEXPORT EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO**, realizado por el señor: **DAMIÁN OLIVO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022/06/15
Eco. Marco Antonio González Chávez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022/06/15
Ing. Carmita Efigenia Andrade Álvarez MIEMBRO DE TRIBUNAL		2022/06/15

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a Dios pilar esencial e indispensable de mi vida, fuente de mi fe y quien guía mis acciones para ser cada día un mejor ser humano.

Damián

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a los docentes que me apoyaron en el proyecto de investigación quienes me guiaron con su paciencia, y su rectitud como docentes.

Damián

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1. Antecedentes de Investigación.....	2
1.2. Marco Teórico.....	6
1.2.1. Responsabilidad social empresarial– RSE.....	6
1.2.1.1. <i>Antecedentes y Generalidades.....</i>	6
1.2.1.2. <i>Evolución del Concepto de RSE.....</i>	7
1.2.2. Definiciones según autores y organizaciones.....	8
1.2.3. Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial.....	8
1.2.3.1. <i>Teoría instrumental:.....</i>	8
1.2.3.2. <i>Teoría política:.....</i>	9
1.2.3.3. <i>Teoría integradora:.....</i>	9
1.2.3.4. <i>Teoría ética:.....</i>	9
1.2.4. Enfoque de la Responsabilidad Social.....	10
1.2.5. Cómo diseñar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa paso a paso.....	10
1.2.6. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	14
1.2.7. Gestión de la RSE.....	15
1.2.8. Los 7 Principios de la Responsabilidad Social.....	16
1.2.9. Características de la Responsabilidad Social Empresarial.....	17
1.2.9.1. <i>Buenas prácticas de RSE en Ecuador.....</i>	17
1.2.10. Responsabilidad social en el Ecuador.....	18
1.2.10.1. <i>Principales Empresas que aplican RSE.....</i>	19
1.2.10.2. <i>Certificaciones existentes para implementar RSE en las organizaciones.....</i>	20
1.2.10.3. <i>Situación Actual de la RSE en Ecuador.....</i>	21
1.2.11. Importancia de la Norma ISO 26000.....	21

1.2.12.	<i>Aporte de la ISO 26000 a las organizaciones</i>	22
1.2.13.	<i>Stakeholders</i>	22
1.2.13.1.	<i>Definición de Stakeholders</i>	22
1.2.13.2.	<i>Tipología de los Stakeholders</i>	23
1.2.14.	<i>Modelo de Mitchell, Agle y Wood</i>	25
1.2.15.	<i>Indicadores de evaluación</i>	27
1.2.15.1.	<i>Definición</i>	27
1.2.15.2.	<i>Características de los indicadores</i>	27
1.2.15.3.	<i>Tipos de indicadores</i>	27
1.2.15.4.	<i>Indicadores Ambientales</i>	28

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	30
2.1.	Enfoque de investigación	30
2.1.1.	<i>Enfoque Cualitativo:</i>	30
2.1.2.	<i>Enfoque Cuantitativo:</i>	30
2.2.	Nivel de investigación:	30
2.2.1.	<i>Explicativo:</i>	30
2.2.2.	<i>Descriptivo:</i>	31
2.3.	Diseño de investigación	31
2.3.1.	<i>No experimental:</i>	31
2.3.2.	<i>Transversal:</i>	31
2.4.	Tipo de estudio	31
2.4.1.	<i>Descriptiva</i>	31
2.4.2.	<i>Correlacional</i>	32
2.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	32
2.5.1.	<i>Métodos de investigación:</i>	32
2.5.2.	<i>Instrumentos de investigación</i>	32
2.5.3.	<i>Técnicas de investigación</i>	33
2.6.	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	34

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	35
3.1.	Resultados	35
3.1.1.	<i>Cronograma de Trabajo</i>	35

3.1.1.1.	<i>Diagrama de Trabajo</i>	36
3.1.2.	<i>Antecedentes históricos</i>	36
3.1.3.	<i>Visión</i>	36
3.1.4.	<i>Misión</i>	36
3.1.5.	<i>Datos generales de la Empresa</i>	37
3.1.6.	<i>Organigrama Estructural</i>	37
3.1.7.	<i>Clasificación de los grupos de interés</i>	38
3.2.	Discusión de Resultados de RSE de la empresa BURNEOEXPORT	38
3.2.1.	<i>Gobierno Corporativo</i>	39
3.2.2.	<i>Estrategia</i>	41
3.2.3.	<i>Estructura y Operación</i>	42
3.2.4.	<i>Desempeño Económico</i>	43
3.2.5.	<i>Desempeño Ambiental</i>	45
3.2.6.	<i>Desempeño Social Laboral</i>	46
3.2.7.	<i>Desempeño Social Derechos Humanos</i>	48
3.2.8.	<i>Desempeño Social Comunidad</i>	49
3.2.9.	<i>Desempeño Social Anticorrupción</i>	50
3.2.10.	<i>Desempeño Social Productos y Servicios</i>	51
3.3.	Resumen general del diagnostico	55
3.3.1.	<i>Análisis de los Stakeholders de la empresa (Grado de poder)</i>	55
3.3.2.	<i>Análisis de los Stakeholders de la empresa (Grado de Urgencia)</i>	57
3.3.3.	<i>Stakeholders con sus atributos y variables</i>	60
3.4.	Propuesta	61
3.4.1.	<i>Objetivos del plan de Responsabilidad Empresarial</i>	61
3.4.2.	<i>Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo para la RSE</i>	62
3.4.3.	<i>Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Estrategia para la RSE</i>	63
3.4.4.	<i>Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Estructura y Operación para la RSE</i>	64
3.4.5.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Ambiental Socialmente Responsable</i>	65
3.4.6.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Laboral Socialmente Responsable</i>	67
3.4.7.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Derechos Humanos</i>	68

3.4.8.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Comunidad</i>	70
3.4.9.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Anticorrupción</i>	72
3.4.10.	<i>Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Productos y Servicios</i>	74
	CONCLUSIONES	76
	RECOMENDACIONES	77
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Antecedentes de la investigación	2
Tabla 1-1:	Enfoque y Aproximación del RSE.....	10
Tabla 1-2:	Cronograma de Trabajo.....	35
Tabla 2-3:	Datos de BURNEOEXPORT S.A.....	37
Tabla 3-3:	Grupos de Interés	38
Tabla 4-3:	Escala y Significado de Colores.....	39
Tabla 5-3:	Resumen de resultados del autodiagnóstico.....	54
Tabla 6-3:	Matriz de poder de los Stakeholders de BURNEOEXPORT.....	56
Tabla 7-3:	Matriz de legitimidad de los Stakeholders de BURNEOEXPORT	57
Tabla 8-3:	Matriz de Urgencia de los Stakeholders de BURNEOEXPORT	58
Tabla 9-3:	Matriz consolidada de Poder, legitimidad y urgencia	59
Tabla 10-3:	Valores Normalizados	59
Tabla 11-3:	Clasificación de los Stakeholders según sus Atributos	60
Tabla 12-3:	Gobierno Corporativo	62
Tabla 13-3:	Estrategia.....	63
Tabla 14-3:	Estructura y Operación.....	64
Tabla 15-3:	Desempeño Ambiental	65
Tabla 16-3:	Desempeño Social Laboral Socialmente Responsable.....	67
Tabla 17-3:	Desempeño Social Derechos Humanos.....	68
Tabla 18-3:	Desempeño Social Comunidad	70
Tabla 19-3:	Desempeño Social Anticorrupción.....	72
Tabla 20-3:	Desempeño Social Productos y Servicios	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Características de la RSE	17
Figura 2-1:	Atributos de los stakeholders	26
Figura 3-3:	Organigrama Estructural	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Diagrama de trabajo	36
Gráfico 2-3:	Gobierno Corporativo	41
Gráfico 3-3:	Estrategia.....	42
Gráfico 4-3:	Estructura y Operación.....	43
Gráfico 5-3:	Desempeño Económico.....	44
Gráfico 6-3:	Desempeño Ambiental	46
Gráfico 7-3:	Desempeño Social Laboral	47
Gráfico 8-3:	Desempeño Social Derechos Humanos.....	49
Gráfico 9-3:	Desempeño Social Comunidad	50
Gráfico 10-3:	Desempeño Social Anticorrupción.....	51
Gráfico 11-3:	Desempeño Social Productos y Servicios	53
Gráfico 12-3:	Relación entre la valoración ideal y la alcanzada por la empresa Burneoexport	55
Gráfico 13-3:	Atributos de los Stakeholders.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
- ANEXO B:** CUESTIONARIO A LOS GRUPOS DE INTERÉS
- ANEXO C:** CUESTIONARIO DEL GOBIERNO CORPORATIVO
- ANEXO D:** CUESTIONARIO NIVEL ESTRATÉGICO
- ANEXO E:** CUESTIONARIO DE ESTRUCTURA Y OPERACIÓN
- ANEXO F:** CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO SOCIAL Y DERECHOS HUMANOS
- ANEXO G:** CUESTIONARIO SOCIO LABORAL
- ANEXO H:** CUESTIONARIO DERECHOS HUMANOS
- ANEXO I:** CUESTIONARIO DESEMPEÑO AMBIENTAL

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa de exportación de cacao BurneoExport en la ciudad de Santo Domingo, para que esta organización cuente con un apoyo en un diagnóstico organizacional respecto del tema en cuestión. En la investigación se utilizó la metodología de enfoque: cualitativo debido a que logramos una perspectiva que satisfaga a las personas que son parte del proyecto de investigación a través de la observación y una investigación cuantitativa porque nos permitió diagnosticar de una manera oportuna los posibles inconvenientes al aplicar nuestro plan de responsabilidad social a través de la obtención de datos numéricos; niveles de investigación: exploratorio utilizando herramientas como entrevistas y diagnósticos situacionales, descriptivo puesto que se obtuvo datos numéricos que permitieron contextualizar el comportamiento del tema de estudio y bibliográfico porque se recurrió a la investigación de información similar en trabajos ya desarrollados que permitan tener una visión más clara de lo que se quiso lograr con este trabajo; diseño de investigación: no experimental ya que se la realizara sin manipular deliberadamente variables y transversal debido a que solo realizaremos un levantamiento de datos. En este trabajo se plantea una propuesta que contiene diagnósticos al gobierno corporativo, estrategia, estructura y operación, desempeño económico, desempeño social laboral, desempeño social derechos humanos, desempeño social comunidad, desempeño social anticorrupción y desempeño social productos y servicios. Finalmente, se concluye con posibles acciones de mejora del diagnóstico realizado y a través de sus respectivos hallazgos o falencias que podrían mejorar para cada ítem que se realizó la evaluación.

Palabras clave: <RESPONSABILIDAD SOCIAL>, <STAKEHOLDERS>, <DESEMPEÑO SOCIAL>, <SOSTENIBILIDAD>, <MECANISMOS>



27-06-2022

1362-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The present study was aimed to develop a corporate social responsibility plan for a cocoa export company called BurneoExport located in Santo Domingo city to help this organization with an organizational diagnosis about the topic. In this research, the approach methodology was used: qualitative because we achieved a perspective that satisfies the people who are part of the research project through observation and quantitative research because it allowed us to diagnose in a timely manner the possible inconveniences when apply our social responsibility plan by obtaining numerical data; research levels: exploratory using tools such as interviews and situational diagnoses, descriptive since numerical data was obtained that allowed contextualizing the behavior of the subject of study and bibliographic because the investigation of similar information was used in works already developed that allow having a more clear of what was wanted to achieve with this work; research design: non-experimental since it will be carried out without deliberately manipulating variables and cross-sectional because we will only carry out data collection. In this work, a proposal is presented that contains diagnoses of corporate governance, strategy, structure and operation, economic performance, labor social performance, human rights social performance, community social performance, anti- corruption social performance and products and services social performance. Finally, it concludes with possible actions to improve the diagnosis made and through their respective findings or shortcomings that could be improved for each item that was evaluated.

Keywords: <SOCIAL RESPONSIBILITY>, <STAKEHOLDERS>, <SOCIAL PERFORMANCE>, <SUSTAINABILITY>, <MECHANISMS>



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se tiene como objetivo realizar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa de exportación de cacao BurneoExport en la ciudad de Santo Domingo, para que a través de ese plan pueda mejorar su gestión de manera adecuada para el beneficio de sus colaboradores y principalmente de la organización como tal, porque en la actualidad la empresa realiza actividades de responsabilidad social, pero sin algún tipo de acciones definidas o estructuradas. Entonces con el presente plan de Responsabilidad Social Empresarial-RSE, se quiere lograr que la empresa BurneoExport adopte medidas socialmente responsables.

Es ese contexto, en el presente trabajo previo a la titulación se ostenta una propuesta metodológica de enfoque: cualitativo debido a que logramos una perspectiva que satisfaga a las personas que son parte del proyecto de investigación a través de la observación y una investigación cuantitativa porque nos permitió diagnosticar de una manera oportuna los posibles inconvenientes al aplicar nuestro plan de responsabilidad social a través de la obtención de datos numéricos; niveles de investigación: exploratorio utilizando herramientas como entrevistas y diagnósticos situacionales, descriptivo puesto que se obtuvo datos numéricos que permitieron contextualizar el comportamiento del tema de estudio y bibliográfico porque se recurrió a la investigación de información similar en trabajos ya desarrollados que permitan tener una visión más clara de lo que se quiso lograr con este trabajo; diseño de investigación: no experimental ya que se la realizara sin manipular deliberadamente variables y transversal debido a que solo realizaremos un levantamiento de datos a partir de información que será recopilada de la empresa a la que se realizara el diagnóstico.

En conclusión, en este trabajo se realizará una propuesta de un plan de RSE para la empresa BurneoExport, el cual se destinará a ésta para que se tome como un punto de referencia de las acciones que se podrían tomar para adoptar medidas socialmente responsables que beneficien a sus grupos de interés y a su zona de influencia. Entonces la investigación será una guía metodológica para encontrar la sostenibilidad como organización exportadora de uno de los productos más deliciosos del mundo como lo es el cacao.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de Investigación

Tabla 1-1: Antecedentes de la investigación

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS				
TÍTULO	AUTORES	AÑO DE PUBLICACIÓN	UNIVERSIDAD	PRINCIPAL CONCLUSIÓN DE ESTUDIOS REALIZADOS
“Elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial para Astilleros Navales Ecuatorianos”	INGRID XIOMARA QUINTO YAGUAL	2015	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA	La responsabilidad Social Empresarial, es una tendencia que va en aumento. Cada día, son más las organizaciones que se preocupan por desarrollar actividades que tengan un enfoque socialmente responsable. Los empresarios deben darse cuenta de que al practicar la Responsabilidad Social en sus compañías Están logrando una ventaja competitiva, lo cual representa un beneficio para la empresa.
“Desarrollo de un Modelo de Sostenibilidad Empresarial, mediante el uso	LUIS REYES HUERTA	2016	INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY	Se definió que es posible generar una ventaja competitiva para la empresa debido al mercado y al sector

de Indicadores de Sostenibilidad para una industria de instalaciones electromecánicas en México.”			CAMPUS ESTADO DE MÉXICO	en el que se encuentra, ya que son pocas las empresas que aplican un modelo similar en sus procesos. Se establecieron los Indicadores de Sostenibilidad que pueden ser aplicados para medir el desempeño sostenible de la empresa de una forma cualitativa y cuantitativa.
“La Responsabilidad Social Empresarial, análisis y planteamiento de un modelo en el sector G4773.12 de la ciudad de Cuenca. Caso de aplicación, Óptica Sánchez Cía. Ltda. Periodo 2014.”	MARÍA LAÍZ CALDERÓN PEÑAFIEL JOSÉ IGNACIO PESÁNTEZ GUERRERO	2015	UNIVERSIDAD DE CUENCA	Es evidente que las empresas, cada vez más, comprenden el beneficio que conlleva tomar en cuenta acciones de negocio responsables a través de, las buenas prácticas éticas, compromiso con el público interno y externo, la responsabilidad con el medio ambiente frente a las futuras generaciones, y el alcance social. Es por ello que profundizar estas alternativas de gestión permite identificar e incorporar nuevas directrices tras evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir nuevos objetivos y metas que fortalezcan el compromiso de responsabilidad social.

<p>“Responsabilidad social empresarial en la empresa cóndor publicidad como un elemento de su imagen corporativa”.</p>	<p>OMAYRA LIZBETH GUALOTUNA ROBLES</p>	<p>2016</p>	<p>UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS</p>	<p>El hecho de que las empresas hoy se enfrenten directamente unas con otras, saliendo a flote en el mercado únicamente las organizaciones que cumplen estándares de calidad y satisfacen al cliente en un nivel superior, les da a los directores o gerentes administrativos la ardua gestión de implementar modelos estratégicos que generen impacto en la sociedad y de realce a las empresas.</p>
<p>“Perspectiva de las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua, en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio.”</p>	<p>Lcdo. Henry Pérez Bautista</p>	<p>2015</p>	<p>UNIVERSIDAD DE ESTUDIOS DE POSTGRADO MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES DE CARABOBO</p>	<p>Se diagnosticó la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes, del estado Aragua, evidenciándose que las empresas manifestaron que se preocupan por el</p>

				sentido de convivencia que debe tener con su comunidad.
--	--	--	--	--

Fuente: Tesis de Pregrado

Elaborado por: Damián Olivo

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Responsabilidad social empresarial– RSE

1.2.1.1. Antecedentes y Generalidades

A principios del siglo XX, la Responsabilidad Social Empresarial se asociaba directamente con la caridad y con la filantropía. Décadas después, en los años 70, se amplió el concepto hasta las dimensiones de lo ético y lo moral.

La Revolución Industrial fue la que inició formalmente el desarrollo de principios de responsabilidad social en la administración de las empresas, esto debido a que se daba prioridad a la máquina sobre los seres humanos, se pensaba únicamente en aumentar la productividad y los beneficios económicos y todo esto tuvo que cambiar radicalmente.

A continuación, (Montañez Moya & Gutiérrez Olvera, 2015, págs. 19-20) nos muestra un resumen de los principales acontecimientos del siglo XX sobre la responsabilidad social empresarial:

- ✓ En la década de los años cincuenta apareció el término responsabilidad social, el cual adquirió relevancia gracias a varias tendencias económicas y sociales. En esta época se publicó el libro *Social Responsibilities of the Businessman* de Bowen, donde se expusieron las obligaciones sociales del empresario puesto que sus decisiones inciden en la vida de los ciudadanos.
- ✓ En la década de los años sesenta estuvieron en auge las obligaciones de las empresas con el desarrollo humano y el crecimiento económico; asimismo, se presentaron definiciones precisas que dieron un enfoque diferente al concepto. Se desarrolló el *Business Ethics* como especialidad, así como los profesores de administración.
- ✓ En los años setenta inició la discusión teórica, publicándose el artículo de Friedman (1970) “The social responsibility of business is to increase its profits”. En él declara que la única responsabilidad de la empresa es ganar tanto dinero como sea posible, propiciando un nuevo escenario de discusión y crítica, al cuestionarse lo ético tanto en las empresas como en la sociedad en general. La ley francesa se inclinó por el uso de indicadores sociales para la medición de la actividad empresarial. 20 la Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los Grupos de Interés
- ✓ En los años ochenta se comenzaron a desarrollar investigaciones sobre las acciones y prácticas empresariales. Dicha década trajo consigo la liberación del comercio, pero también la comunicación, por lo que el comportamiento de las empresas norteamericanas y europeas en los países en desarrollo dejó de permanecer escondido, mostrándose los impactos negativos. Aparecieron revistas especializadas en el campo de la ética empresarial como *Business and Professional Ethics Journal* y *Journal of Business Ethics*.

- ✓ En los años noventa comenzó a utilizarse la expresión de responsabilidad social empresarial y se evidenció una correlación entre los escándalos de directivos gubernamentales y empresariales con el surgimiento del interés por el tema. Así mismo, se desarrollaron otros conceptos empresariales, como la teoría de los negocios, de ciudadanía corporativa o de grupos de interés. Esta última noción fue introducida por Freeman (1984), quien le dio gran importancia. En esta década se comenzó a considerar la responsabilidad social de los actores de las áreas política y económica del mundo, incluidas las instituciones financieras, las organizaciones, las escuelas de negocio y los gobiernos.

1.2.1.2. *Evolución del Concepto de RSE*

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial no es nuevo, puesto que en el siglo XIX y a mediados del siglo XX ya se usaban términos similares a RSE, los cuales a través de su mismo uso se fue perfeccionando sin dejar de lado la importancia de aquellos términos pioneros que permitieron que la definición y concepto del tema de estudio se conozca como tal en la actualidad. De esta manera en 1920 los empresarios mostraron interés por atender las necesidades que surgían alrededor, indistintos de sí mismos pero que estaba relacionado con las actividades económicas de sus empresas.

En ese contexto, para adentrarse en el tema propio de la responsabilidad social empresarial, es importante identificar la evolución histórica del concepto para entender, la relación del tema a través de la historia hasta la actualidad. Entonces, de acuerdo con Correa Jaramillo, J. (2007), a continuación se presenta un análisis evolutivo integrado en fases a lo largo del tiempo:

- Fase primera: Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.
- Fase segunda: Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de garantizar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.
- Fase tercera: En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

En este sentido, la empresa, el Gobierno y la sociedad se han ido interrelacionando, de tal forma que han ido cambiando sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los

distintos participantes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales (Correa Jaramillo, 2007, pág. 90).

1.2.2. Definiciones según autores y organizaciones

Empezaremos a analizar la definición que nos da la Organización Internacional de Normalización, mejor conocida como ISO 26000, que proporciona una guía para todo tipo de organización, sin importar su tamaño o ubicación. En esta se indica:

“Responsabilidad Social: responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones ocasionan en la sociedad y medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable; y esté integrada a toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” (Organización Internacional de Estandarización, 2010)

De igual manera podemos ver, como el autor Ricardo Fernández García, en su libro titulado “Responsabilidad Social Corporativa”, define a la RSE desde una perspectiva filosófica.

“La responsabilidad social empresarial (RSE) ha de ser entendida como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de los distintos grupos de interés (stakeholders), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y preservación del medio ambiente.” (Fernández García, 2009, pág. 19)

Según (Navarro Sánchez , 2018, pág. 177) Señala la RSE como “El compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general”

Según (Ruiz Malvarez & Tamayo Cevallos, 2019) señalan a la responsabilidad social Empresarial como “Al deber de las personas naturales y jurídicas de responder por sus actos, además de tener un comportamiento ético, moral y responsable tanto entre ellas, como con la sociedad.”

1.2.3. Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

1.2.3.1. Teoría instrumental:

Agrupar las contribuciones que conciben a la RSE como “una herramienta estratégica para alcanzar los objetivos económicos y, en última instancia la creación de riqueza” (Alvarado, 2007, p.7). Se divide en tres subcategorías:

- ✓ Maximización del valor de los accionistas;
- ✓ Estrategias para lograr ventajas competitivas y;
- ✓ Marketing relacionado a alguna causa.

Este enfoque mantiene el cumplimiento de los objetivos económicos a través de actividades sociales. Las investigaciones revisadas se orientan a la categoría de marketing con causa, mientras que las consideradas en las subcategorías se inclinan por el valor de los accionistas. (Rubio Guerrero & Fierro Celis, 2016, pág. 167)

1.2.3.2. *Teoría política:*

Se define como “las interacciones y conexiones entre las empresas y la sociedad y en el poder y la posición de las empresas y su inherente responsabilidad” Se divide en tres subcategorías:

- a) Constitucionalismo político;
- b) Teoría integradora del contrato social y;
- c) Ciudadanía corporativa.

La mayoría de las investigaciones revisadas se agrupa en la subcategoría ciudadanía corporativa, lo que sugiere desatención en subcategorías importantes como la teoría del servidor. (Rubio Guerrero & Fierro Celis, 2016, pág. 167)

1.2.3.3. *Teoría integradora:*

Son aquellas que “buscan cómo integrar en las empresas las demandas sociales, argumentado que los negocios dependen de la sociedad para su existencia” (Alvarado, 2007, p.10). Se dividen en cuatro subcategorías:

- a) Aspectos administrativos o de gestión;
- b) Principio de responsabilidad pública;
- c) Gestión de grupos de interés (stakeholders) y
- d) Desempeño social corporativo.

En las investigaciones revisadas se observa concentración de investigadores de marketing. De las investigaciones revisadas se sugiere desatención en la teoría integradora de la RSE. (Rubio Guerrero & Fierro Celis, 2016, pág. 167)

1.2.3.4. *Teoría ética:*

Se enfatiza en “los requerimientos éticos que cementan las relaciones entre las empresas y la sociedad” (Alvarado, 2007, p.13). Se divide en cuatro clases

- a) Teoría normativa de los grupos de interés (stakeholders);
- b) Derechos humanos;
- c) Desarrollo sostenible y
- d) Enfoque del bien común.

1.2.4. *Enfoque de la Responsabilidad Social*

Tabla 2-1: Enfoque y Aproximación del RSE

ENFOQUE	CONCEPTO	APROXIMACIONES
Instrumental	Consideran a la empresa como un instrumento para la creación de riquezas y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos.	<ul style="list-style-type: none">• Maximizar valor de los accionistas• Estrategias para lograr ventajas competitivas
Política	Hace referencia al poder excesivo de la empresa en la sociedad y a un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político.	<ul style="list-style-type: none">• Contrato social integrador• Ciudadanía Corporativa
Integradora	Se centra en la identificación, canalización, capacitación, y respuesta ante las demandas sociales de los stakeholders.	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad Publica• Acción Social corporativa
Ética	Se concentra en las teorías que estudian la responsabilidad ética de las empresas	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo sostenible para el desarrollo Humano

Fuente: (Rubio Guerrero & Fierro Celis, 2016, pág. 167)

Elaborado por: Olivo, D. 2022

1.2.5. *Cómo diseñar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa paso a paso*

PASO 1 – REDACTAR UN CÓDIGO DE CONDUCTA

La primera fase para implantar un plan de RSC es establecer el código ético que definirá la filosofía de la organización en el futuro sobre preservación del medio ambiente y el bienestar social general. Este código se deberá realizar mediante un diálogo con cada una de las partes interesadas de la corporación para poderlo mantener a largo plazo.(RSC, 2017)

CÓDIGO DE CONDUCTA

Objetivos de los valores y principios

- Ayudar a los colaboradores y altos mandos de la empresa de exportación BurneoExporta comprender con claridad la ética y la integridad profesional, así como a trasladar ambos conceptos al comportamiento y a la toma diaria de decisiones.
- Ofrecer una guía específica sobre la conducta profesional apropiada en torno a materias sensibles como confidencialidad, responsabilidad social y liderazgo.
- Fomentar comportamientos que mantengan y aumenten la integridad y la reputación de BurneoExporta para potenciarlos estándares de calidad de la organización en el mundo.

Valores Compartidos y Principios Éticos de la empresa y sus Stakeholders

Los principios Éticos que se mencionan a continuación expresan las expectativas principales que nuestros grupos de interés deben tener:

La relación entre Valores y Principios es directa ya que los Valores Compartidos plasman las convicciones más profundas que facilitan una prestación de servicios de calidad uniforme, mientras que los Principios Éticos definen los estándares específicos de comportamiento que esperamos de nuestros colaboradores.

Los Valores Compartidos por los colaboradores de BurneoExport son:

- Integridad
- Valor excepcional para mercados y clientes
- Compromiso mutuo
- Fortaleza proveniente de la diversidad cultural

Los principios éticos de los colaboradores de BurneoExport son:

- Integridad:

-Somos francos y honrados en nuestras opiniones profesionales.

-Los productos ofertados son de calidad.

- Calidad:

-Nos comprometemos a ofertar productos de calidad gracias a nuestros recursos, experiencia y conocimientos para ayudar a los clientes a hacer frente a sus necesidades.

-Nos esforzamos por darle al cliente un producto que le genere una experiencia única al consumir.

- Comportamiento Profesional:

-Cumplimos las leyes, reglamentos y normas profesionales, tratandode evitar toda acción que pueda desacreditar a la empresa BurneoExport.

-Fomentamos una cultura de escepticismo profesional adecuado y responsabilidad personal, que apoya a los clientes y promueve la calidad de los productos que ofertamos.

-Comprendemos el amplio impacto que nuestro trabajo tiene en la sociedad, en nuestra gente y en nuestros clientes, y tenemos en cuenta el interés de todos ellos a la hora de hacer negocios.

- Objetividad:

-Somos objetivos a la hora de formarnos una opinión profesional y de ofertar nuestros productos.

-No toleramos prejuicios, conflictos de intereses o influencias inadecuadas de otros para eludir nuestras responsabilidades y juicios profesionales.

-Admitimos las diferencias de opinión y de criterio, y las valoramos constructiva y profesionalmente.

- Competencia:

-Ponemos el debido cuidado para asignar a cada cliente, en función de sus necesidades, los profesionales que tienen la competencia necesaria para su trabajo.

-Fomentamos la innovación y las nuevas ideas para mejorar el valor y el desempeño de los productos que ofertamos.

- Prácticas de negocio justas:

-Respetamos a nuestros competidores y estamos comprometidos con prácticas empresariales justas.

-Los honorarios que recibimos reflejan el valor de los servicios prestados y las responsabilidades asumidas.

-Tomamos decisiones basadas en nuestros Valores Compartidos, y esperamos lo mismo de nuestra competencia.

- Confidencialidad, privacidad y protección de datos:

-Protegemos y tomamos medidas para salvaguardar la información confidencial y personal en nuestro poder, recogiendo y procesando los datos de conformidad con las leyes aplicables, las obligaciones profesionales y nuestras propias políticas y prácticas de gestión de datos.

-Queda prohibida la revelación de toda información confidencial y personal que se nos haya confiado, a menos que exista autorización para ello o que lo exija o permita la ley, el derecho o el deber profesional.

-Se prohíbe el uso de toda información confidencial sobre nuestros clientes en beneficio personal o de terceros.

- Respeto, diversidad y trato imparcial:

-Fomentamos una cultura y un entorno de trabajo en el que nuestros profesionales se tratan con respeto, cortesía y equidad, fomentando la igualdad de oportunidades para todos.

-Promovemos y valoramos que exista una diversidad de culturas, puntos de vista, talentos y experiencias.

-Creamos entornos de trabajo integradores, que no solo abordan las necesidades individuales, sino que además permiten a nuestra gente aprovechar sus fortalezas únicas.

-No toleramos ningún tipo de acoso o discriminación en nuestros entornos laborales.

- **Anticorrupción:**

- No toleramos en ningún caso la corrupción, ni la aceptación o el ofrecimiento de sobornos, ni por nuestra parte ni por parte de terceros en nuestro nombre.

- Apoyamos todos los esfuerzos por erradicar la corrupción y los delitos financieros.

- **Cadena de suministros responsable:**

- No toleramos ningún tipo de comportamiento ilícito o inmoral por parte de nuestros proveedores, contratistas o socios de alianzas.

- Elegimos a los proveedores mediante procesos justos.

- **Responsabilidad Social:**

- Contribuimos a la sociedad y a nuestras comunidades interactuando con organizaciones sin ánimo de lucro, Gobiernos y otras empresas para crear un impacto positivo en el ámbito local, nacional e internacional.

- Apoyamos las iniciativas destinadas a impulsar un desarrollo sostenible, y fomentamos y respetamos los derechos humanos.

- Reconocemos que nuestras operaciones empresariales pueden en ocasiones, afectar al medio ambiente, por lo que trabajamos para reducir los efectos nocivos que pudieran tener.

- Nos tomamos con seriedad nuestro rol en la sociedad, procurando su bienestar.

- A través de nuestro esfuerzo y nuestra capacidad económica, contribuimos al desarrollo de la profesión y de los entornos en los que desempeñamos nuestra actividad.

PASO 2 – IDENTIFICAR OBJETIVOS

Teniendo en cuenta la nueva política, se deben identificar unos objetivos estratégicos alcanzables a corto, medio y largo plazo que se ajusten a las peculiaridades de la organización. Para elegir los objetivos, se ha de tener en cuenta su producción, valores, el tipo de clientes o el perfil de los trabajadores entre otros aspectos. (RSC, 2017)

PASO 3 – DIÁLOGO CON STAKEHOLDERS

Es clave establecer relaciones con los miembros de la comunidad mediante un diálogo con los stakeholders, revisar las relaciones con estos grupos y evaluar cómo afectan a la compañía y viceversa, buscando soluciones a los problemas detectados e intentando dar respuesta a las expectativas de todos los grupos de interés dentro de la estrategia de la organización. (RSC, 2017)

La empresa posee stakeholders internos y externos los cuales se definirán más adelante para el correcto diagnóstico de la empresa BurneoExport respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

La adecuada comunicación con los stakeholders permitirá un desarrollo notable con la empresa BurneoExport ya que se podrán tomar acciones que beneficien a las comunidades, proveedores,

cliente y colaboradores de su entorno. Dicha práctica de socialización se la realizara por medios virtuales por efectos de la pandemia y que estos se detallaran en la parte de la propuesta, específicamente en el diagnostico situacional.

PASO 4 – SELECCIONAR INDICADORES

El siguiente paso consiste en valorar si las acciones son las adecuadas para cumplir ese objetivo a través de indicadores como encuestas de satisfacción, número de quejas y tiempo de resolución, que permitan verificar la consecución de los objetivos. (RSC, 2017)

En la propuesta de este trabajo de titulación se encuentran determinados los indicadores en base al diagnóstico previo y la toma de acciones establecidas, esto permitirá que se realice un seguimiento adecuado a los procesos que ejecuta la empresa permitiendo realizar una retroalimentación y una mejora continua de los procesos mencionados.

PASO 5 – ELABORAR UNA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Tras esto se debería elaborar una Memoria de Sostenibilidad que refleje el desempeño económico, ambiental y social de la empresa y recoja todas las acciones anteriormente mencionadas. Para ello, Global Reporting Initiative (GRI) elaboró la “Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad” que establece la metodología estandarizada más aceptada y utilizada a nivel mundial. (RSC, 2017)

Con el presente trabajo de titulación se busca emitir un diagnóstico de la situación actual de la empresa, una posterior toma de acciones y una implementación de un Plan de Responsabilidad social empresarial sostenible al cual se dará seguimiento mediante los indicadores planteados en la propuesta. Posteriormente cuando la empresa implemente este Plan se podrá elaborar una memoria de sostenibilidad, ya que al momento no se cuenta con los datos necesarios para crear una memoria de sostenibilidad.

1.2.6. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Según (Cajiga Calderón , 2015, págs. 5-6) en su artículo Responsabilidad Social Empresarial para el centro mexicano para la filantropía señala las siguientes dimensiones:

- ✓ **Dimensión económica interna**, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).
- ✓ **Dimensión económica externa**, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

- ✓ **Dimensión social interna**, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
- ✓ **Dimensión sociocultural y política externa**, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.
- ✓ **Dimensión ecológica interna**, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención y en su caso remedio de los daños que causen o pudieran causar.
- ✓ **Dimensión ecológica externa**, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

1.2.7. *Gestión de la RSE*

La gestión de la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa encierra todos aquellos procesos a través de los cuales las organizaciones integran en su gestión y operaciones, actividades que sobrepasan las requeridas legalmente, con el fin de hacerse responsable de las consecuencias e impactos que derivan sus acciones y en su defecto también a través de RSE maximizar la creación de valor compartido para todos los interesados.

Según (Barrio Fraile , 2016), para llevar a cabo las operaciones inherentes a la RSE; se requiere de talento humano, que de forma personal o a cargo de un departamento, unidad, oficina o como staff; sea el encargado directo de gestionar la RSE o RSC; para lograr una eficiencia en este cometido, primero se requiere conocer que funciones deben desempeñar; para lo cual las principales funciones son:

- El cuidado del cumplimiento del sistema de gestión de RSC.
- La coordinación del Comité de Gestión Ética y RSC.
- La presentación al Comité de la propuesta del plan de acción de RSC (inventario de iniciativas y modelo de relación y diálogo con los stakeholders), y
- El asesoramiento a la Dirección sobre los aspectos que considere relevantes para el cumplimiento de los objetivos y metas del plan estratégico de RSC.

Cada organización es distinta de otras, entonces la gestión de RSE puede ser encargada a varios departamentos o áreas como Recursos Humanos, Calidad y De desarrollo, Comunicación o específicamente a un determinado funcionario o colaborador para este fin. Los resultados de las

metas planteadas son plasmados en informes (reportes de sostenibilidad), informes de auditoría interna o externa. Información que sirve para la elaboración de programas, políticas y planes futuros que la organización se plantea realizar.

1.2.8. Los 7 Principios de la Responsabilidad Social

Uno de los mayores aportes de la Norma ISO 26000 ha sido la definición de los 7 principios de la Responsabilidad Social.

El objetivo primordial de una organización que se base en responsabilidad social debería ser el maximizar su contribución al desarrollo sostenible y en esa línea las organizaciones deberían respetar los siete principios que se determinan en la Norma ISO 26000 y que se describen a continuación:

1. Rendición de cuentas. Implica la obligación para la dirección de una organización de responder a quienes controlan los intereses de esta organización y a su vez para la organización como tal de responder ante las autoridades competentes, en relación con las leyes y regulaciones.

2. Transparencia. Consiste en revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que la organización es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente.

3. Comportamiento ético. Se basa en los valores de la honestidad, equidad e integridad. Estos valores implican la preocupación por las personas, animales y medio ambiente, y un compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones en los intereses de los grupos de interés.

4. Respeto a los intereses de los grupos de interés. Implica que los objetivos de la organización no sólo se limiten a los intereses de sus dueños, socios, clientes o integrantes sino a otros individuos o grupos que también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que deberían tenerse en cuenta.

5. Respeto al principio de legalidad. Significa que una organización debe cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables. Esto implica que una organización debería dar los pasos necesarios para conocer las leyes y regulaciones para informar a aquellos dentro de la organización de su obligación de observar e implementar esas medidas. Ningún individuo u organización está por encima de la ley y los gobiernos también están sujetos a la ley.

6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento. Significa que toda organización debería respetar la normativa internacional de comportamiento, a la vez acatar el principio de respeto al principio de legalidad.

7. Respeto a los Derechos Humanos. Implica que toda organización debería respetar los derechos humanos y reconocer, tanto su importancia como su universalidad.

1.2.9. Características de la Responsabilidad Social Empresarial

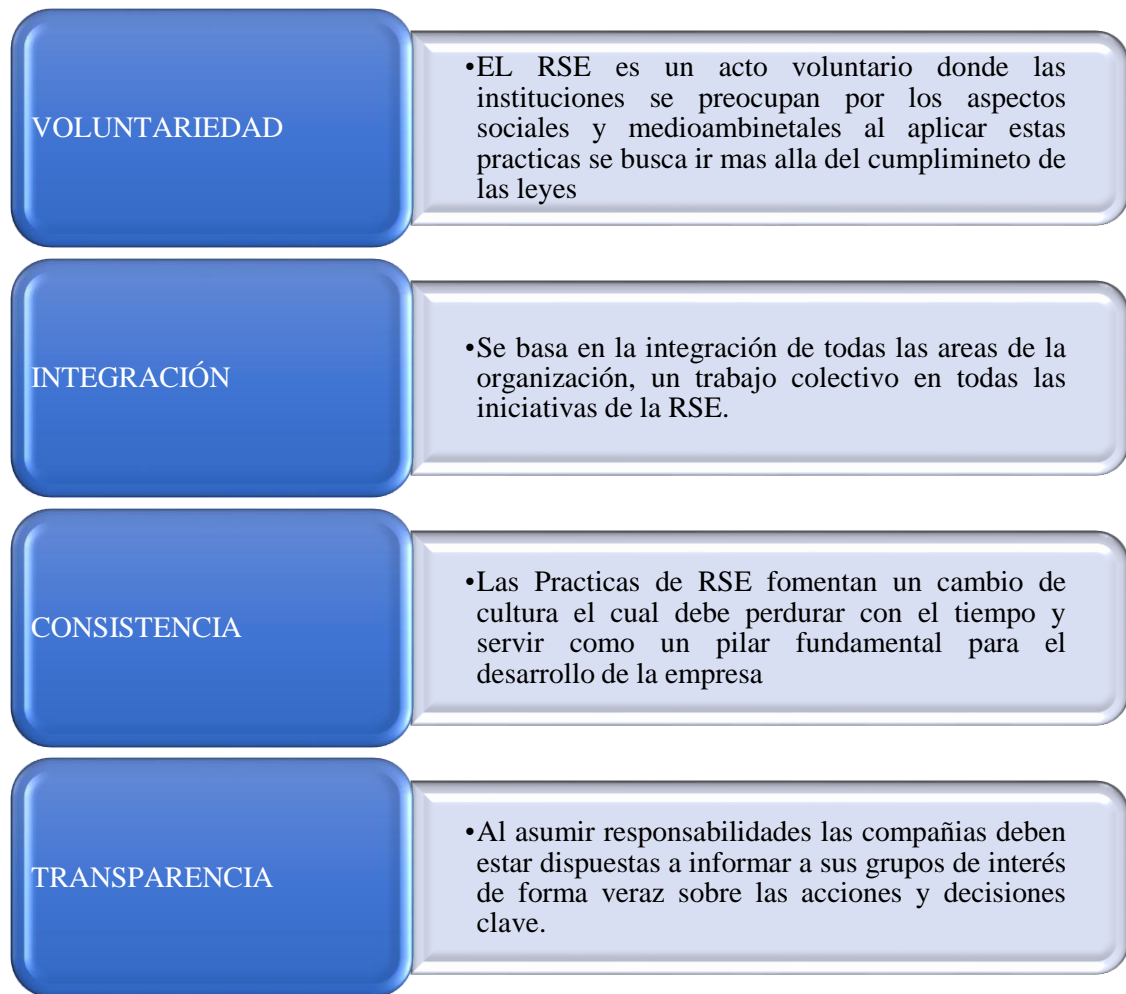


Figura 1-1: Características de la RSE

Fuente: (Aguilar, 2013)

Elaborado por: Olivo, D. 2022

1.2.9.1. Buenas prácticas de RSE en Ecuador

Las empresas en el país cada día se van empapando del tema de responsabilidad por lo cual se suman las empresas a adquirir e implementar la responsabilidad social empresarial donde se busca estar en armonía con los stakeholders de la empresa tanto internos como externos para poder obtener mayores beneficios y la eficiencia en la consecución de objetivos organizacionales por tanto uno de los ejemplos que se puede observar es el siguiente:

En Ecuador existen buenas propuestas y prácticas de proyectos innovadores, sostenibles y eficientes. Un gran ejemplo es el proyecto de vinculación “Comunicación Corporativa para el crecimiento económico de Nayón”, desarrollado en 2017 por la Carrera de Comunicación Corporativa. El mismo que benefició directamente a 200 miembros la comunidad de Nayón a través de capacitaciones impartidas por los estudiantes de la carrera en temas de Comunicación Corporativa como: imagen corporativa; identidad; servicio y atención al cliente; diseño de piezas

comunicacionales y posicionamiento de la imagen para su aplicación en los emprendimientos de la comunidad. (Comunicación UDLA, s.f.)

1.2.10. Responsabilidad social en el Ecuador

En Ecuador actualmente la Responsabilidad Social es un tema de interés para todos, pero ciertamente las organizaciones aun no aceptan el reto de implementar un sistema de gestión basado en esta normativa en sus organizaciones. Estas normativas son apoyadas, en su mayoría, por grandes empresas o multinacionales que operan localmente y promueven el carácter de voluntario de la RS a sus proveedores o aliados estratégicos al igual que lo hacen a escala mundial.

Según (Rodríguez, 2020) menciona que:

“En Ecuador todavía no es una obligación ni está en ley tener un plan de sostenibilidad y áreas de responsabilidad social. Pero veo con buenos ojos que muchas empresas tienen estos planes sin que sea obligación, sino por conciencia. Más del 60% de las empresas tienen planes de sostenibilidad y acciones a favor de la sociedad. Ser ejemplo de buenas prácticas corporativas es una responsabilidad y eso genera reputación.

Según el estudio de RSC realizado por (Acosta , Lovato , & Buñay , 2018)

El 53% de empresas en el Ecuador cuentan con estrategias relacionadas a la RSC, un 34% de empresas nacionales se encuentra en proceso de establecer estrategias de RSC, y un 13% no se encuentra interesado y no tienen estrategias de RSC.

El 63% de las empresas tienen un 18% nivel de vínculo alto de RSC y rendimiento económico, un 45% tiene un nivel medio, esto indica que la RSC no se ha integrado a las empresas de manera completa y eficiente. Por otro lado, el 77% de las empresas considera que las estrategias de RSC están vinculadas a las estrategias corporativas y un 33% considera que no, sin embargo, en relación con los resultados anteriores, las estrategias parecen no estar respondiendo a los indicadores de riesgo y de desempeño.(Acosta , Lovato , & Buñay , 2018)

El 20% de los esfuerzos de las empresas en materia de RSC se enfocan en los colaboradores, el 18% se enfocan en el medio ambiente, el 17% en los consumidores y un 14% en accionistas, minoritariamente se encuentra la comunidad (13%), autoridades (9%), proveedores (6%) y competencia (4%).

Esto demuestra que en el Ecuador la mayoría de las empresas se centran en los puntos tradicionales de la RSC, sin embargo, no se enfocan en los grupos de interés lo que revela que las empresas aún tienen deficiencias sobre lo que realmente significa y abarca la RSC.

El 36% de los gerentes generales de las empresas son los encargados de liderar la RSC, el 17% lo realiza el gerente de RCS, un 10% el Comité de RCS y un 12% otros departamentos. Lo que indica que los gerentes generales tienen conciencia sobre los beneficios que produce la RSC, sin embargo, es necesario que en caso de que el gerente general no lidere esta iniciativa lo realicen

los departamentos encargados de este. Recalcando estos datos, se puede determinar que el 51% de las empresas tienen un involucramiento significativo de parte de la alta gerencia mientras que un 31% tiene un involucramiento medio.

Entonces se menciona que en el Ecuador y en la actualidad las empresas van a optar por tendencias de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad por lo cual día con día va aumentando las empresas que se consolidan con esta alternativa de RSE como uno de los factores más importantes para el desarrollo de su organización y obtener mayores beneficios ya sean económicos y sociales teniendo impacto sobre los grupos de interés internos y externos que según su medida son actores que intervienen en las decisiones de la organización lo cual afecta a la empresa ya sea de manera positiva o negativa en tal caso se busca que todo impacto sea positivo para optar por un reconocimiento nacional e internacional para poder posicionarse en el mercado.

1.2.10.1. *Principales Empresas que aplican RSE*

En el Ecuador existen, desde hace muchos años, empresas que están empeñadas en trabajar por el desarrollo del país con nuevos conceptos, con una nueva ética, con un amplio sentido de ciudadanía, por lo que se han constituido como modelos de conducta cívica empresarial, importantes de ser rescatados en la actualidad por su gran aporte a la sociedad en temas de responsabilidad social.

Según la revista (YPSILOM) “Desarrollo Sostenible y Responsabilidad social publicada en el año 2020 señala un listado de las principales empresas con responsabilidad social empresarial indicada a continuación:

1. Banco Pichincha
2. Pronaca
3. Ingenio San Carlos
4. Telefonía Movistar
5. Pacari
6. Ingenio Valdez
7. Aeropuerto ecológico de Galápagos
8. Grupo Difare
9. El ordeño
10. Holcim

A continuación, se detalla además las acciones por parte de las empresas para incluirse dentro de la RSE en el Ecuador:

Corporación Favorita C.A.

Atraves de un proyecto que genera energía eléctrica limpia busca establecer una hidroeléctrica denominada CALOPE con lo cual cumple un importante aporte ambiental en beneficio del país buscando evitar la importación de combustibles Fósiles para la generación de energía termo Eléctrica.

Consortio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S.A.

Dicha empresa busca el trabajo con la responsabilidad social empresarial con 3 ejes fundamentales lo que son la educación, medio ambiente y comunidad.

Corporación el Rosado S.A.

Una de las empresas más importantes del Ecuador por tanto su RSE se enfoca en apoyar a la fundación VIHDA, Fundación Huanca vilca y colaborar con apoyo financiero y donaciones a fundaciones de salud y desarrollo microempresarial.

Banco Pichincha C.A.

Cuentan con un quipo líder que contribuyen al desarrollo sostenible y responsable del ecuador y los países dónde se encuentren apoyando las necesidades financieras de las personas y sus empresas.

1.2.10.2. Certificaciones existentes para implementar RSE en las organizaciones.

Anteriormente, ya se mencionó el hecho de que la norma ISO 26000 no es certificable, por lo que a continuación, se describen las normas que sí son certificables en materia de RSC.

Las tres principales normas o modelos de Responsabilidad Social Corporativa que posibilitan la obtención de certificación son: Norma SA 8000 sobre Sistemas de Gestión de Responsabilidad Sociales propiedad de SAI (Social Accountability International), y es un código de conducta que, para su elaboración, tomaron como referencia los tratados de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Esta norma es la más extendida, por lo que supera con mucho al resto de normas de RSC en cuanto a certificaciones.(ISO TOOLS, 2018)

El modelo SA8000 se centra de manera más concreta en lo referente a condiciones laborales, considerando de manera particular la Seguridad e Higiene en el trabajo, derechos sindicales, trabajo infantil, horarios y sueldos. Su objetivo principal es la lucha contra el “dumping social, para evitar la competencia desleal a costa de la explotación y malas condiciones de trabajo de los empleados.(ISO TOOLS, 2018)

SG21 Anteriormente, fue mencionada como la primera norma en cuanto a RSC que, además, es certificable. Como diferencia a la SA8000, incluye la integración de los factores medio ambientales, a parte de los correspondientes al entorno social y buen gobierno de las

organizaciones. Esta norma está estructurada en seis capítulos, siendo el último de ellos en el que se desarrollan los requisitos para la implementación y auditoría. (ISO TOOLS, 2018)

Esta norma de Responsabilidad Social Corporativa, procura que, con su implantación, se garantice el desarrollo de los empleados, tanto a nivel personal como profesional, a través del aprovechamiento de sus derechos y oportunidades. En cuanto a los clientes, establece unos principios responsables y el acceso a una producción y consumo sostenibles, mediante proveedores alineados con su estrategia en RSC. (ISO TOOLS, 2018)

Como es evidente, para dar lugar a sostenibilidad, han de identificarse previamente cuáles son los impactos sociales y ambientales que genera o afecta a la actividad de la organización. En conclusión, la SG21 pretende que las organizaciones comprometidas con la Responsabilidad Social Corporativa cumplan la normativa y legislación que le es de aplicación. Estándar IQNet SR10 sobre Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social.

1.2.10.3. Situación Actual de la RSE en Ecuador

Ecuador ante esta realidad, debe alinearse a la nueva visión transformadora, hacia el cambio de la matriz productiva que conduce al establecimiento de políticas públicas que vayan encaminadas hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con las dimensiones que de igual manera son estudiadas por la responsabilidad social empresarial. Existe una relación simbiótica entre la responsabilidad social empresarial y los contenidos expresados en la Agenda 2030, en razón de ello, Ecuador debe alinear sus objetivos estratégicos hacia la Agenda 2030 y la consecución sus objetivos; como nación.

En ese sentido, Ecuador tiene la oportunidad de validar temáticas con alto nivel de impacto, priorizando las necesidades del país, como la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, el crecimiento económico inclusivo con trabajo decente para todos, ciudades sostenibles, entre otros. Todo ello, se debe concatenar con la comprensión de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) contenidos en la Agenda 2030 para de esta manera, estudiar y exponer los medios, con la finalidad de alcanzar una nueva dimensión del desarrollo desde la sustentabilidad económica, social y ambiental

1.2.11. Importancia de la Norma ISO 26000

Según RobSteele, Secretario General de la ISO: “la norma ISO 26000 es una poderosa herramienta que ayudará a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones”. En ese sentido, la norma ISO 26000 es importante para toda organización debido a que un negocio sostenible ahora significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente sino también el poder funcionar de una manera socialmente responsable sin poner en peligro el medio ambiente y para ello esta norma les proporciona una guía bastante útil y clara.

Los clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general están haciendo una presión cada vez más fuerte sobre las organizaciones para que esto se cumpla y es así como, los líderes de las organizaciones con visión de futuro están reconociendo que el éxito duradero de sus organizaciones debe basarse en prácticas responsables de negocio y la prevención de actividades fraudulentas tales como la falsa contabilidad y la explotación laboral.

El desafío, por tanto, consiste en poner en práctica los principios de responsabilidad social en las organizaciones y que esta práctica se haga de una manera eficaz y eficiente cuando incluso la comprensión de lo que es la “responsabilidad social” puede variar de una organización a otra.

Las iniciativas que las empresas han realizado en años anteriores han tendido a centrarse en “responsabilidad social corporativa”, mientras que la ISO 26000 proporciona una guía de responsabilidad social no sólo para las organizaciones empresariales, sino también para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo.

Por ello, la norma ISO 26000 sirve para ayudar a comprender a las organizaciones lo que es la responsabilidad social y lo que éstas deben hacer para operar de una manera socialmente responsable con la sociedad y con el medio ambiente.

1.2.12. *Aporte de la ISO 26000 a las organizaciones.*

ISO 26000 ayuda a todos los tipos de organización (independientemente de su tamaño, actividad o ubicación) a operar de una manera socialmente responsable, al proporcionar orientaciones sobre:

- Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social.
- Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social.
- Principios y prácticas relacionadas con la responsabilidad social.
- Materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social.
- Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable a través de la organización y, a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia.
- Identificar y comprometerse con sus grupos de interés.

Comunicar los compromisos, el rendimiento y otra información relacionada con la responsabilidad social.

1.2.13. *Stakeholders*

1.2.13.1. *Definición de Stakeholders*

Según (Moreno , 2015, pág. 488) define a los Stakeholders como “Una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tiene un interés en la empresa o que se ven o pueden verse afectados por

las operaciones que ésta realiza. De esta forma, las personas sobre las cuales una empresa debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus stakeholders.”

Por tanto, se puede definir a los stakeholders o grupos de interés como lo actores sociales que influyen directa o indirectamente en las decisiones o cumplimiento de objetivos de una empresa la misma que puede ser afectada ya sea directa o indirectamente tanto a los dueños de la empresa, trabajadores, proveedores o la comunidad donde cumplen con sus actividades económicas.

Dentro de los grupos de interés se pueden definir en 2 grupos detallados a continuación:

Primarios o Internos: Son los grupos primordiales para el funcionamiento de las actividades de la empresa. Dentro de este grupo se pueden incluir a grupos que llevan estrecha relación económica con la empresa como lo son accionistas, Trabajadores, clientes, y proveedores.

Secundarios o externos: Son grupos que no se involucran directamente con las actividades económicas de la empresa pero que se puede ver afectados por las decisiones que los directivos de las empresas tomen sobre ellas en este grupo se considera el medio ambiente, competidores, entre otros.

1.2.13.2. *Tipología de los Stakeholders*

Accionistas o propietarios

Personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Para las sociedades de capital, en función de la cuantía de la aportación se puede distinguir entre accionistas dominantes y accionistas minoritarios. Según la personalidad jurídica de éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales (fondos de inversión y de pensiones). La primera responsabilidad de la empresa tiene que ver con todos estos y, un directivo responsable es aquel que, teniendo a su cargo la dirección y vigilancia de un ente empresarial, pone cuidado, atención y responde por la creación de valor para sus legítimos propietarios.(Moreno , 2015, pág. 489)

Empleados

Personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie. En función del tipo de trabajo realizado, el sector de actividad y las propias peculiaridades de la organización pueden distinguirse diversas categorías laborales. En términos generales, no obstante, los empleados podemos agruparlos en dos grandes grupos: directivos y no directivos. Los Consejeros y Alta Dirección se consideran incluidos en este grupo de interés. Los empleados se encuentran habitualmente representados por los sindicatos de trabajadores. El área de derechos humanos y el de salud y seguridad son los ejes clave para este stakeholders(Moreno , 2015, pág. 489)

Clientes

Son aquellos que consumen el bien o servicio que se desarrolla dentro de la empresa. Es de suma importancia el determinar la importancia de estos actores ya que al momento de realizar y desarrollar estrategias de responsabilidad empresarial se deberá considerar las características de los clientes que varían entre ellos.

Distribuidores y socios comerciales

Los distribuidores y los denominados socios comerciales son aquellos que facilitan la comercialización de los productos de la empresa acercándolos a los clientes, tanto compradores como consumidores. Tanto la ética comercial como la cadena de valor responsable son ejes básicos que considerar con este stakeholders para evitar tanto el riesgo operacional como social. (Moreno , 2015, pág. 489)

Proveedores

Los proveedores son todos aquellos que venden algo a la empresa para que ésta pueda desarrollar sus actividades, tanto las primarias como las de apoyo. Esto incluye dos tipos de proveedores:

- Proveedores funcionales, que son aquellos que proveen de servicios o productos que hacen posible la realización de las actividades de apoyo de la empresa, tales como bancos, seguros, agencias de empleo o servicios de consultoría.
- Proveedores operacionales, que son aquellos que proveen de los recursos que son necesarios para producir el bien que la empresa produce y /o comercializa de forma directa, tales como conocimiento, materias primas, transporte, logística, etc. La cadena de valor responsable es el área de comportamiento responsable esencial que atender con este stakeholders. (Moreno , 2015, pág. 489)

Competidores

Competidores son todos aquellos que comercializan el mismo producto que la empresa para los mismos clientes

Si el bien que comercializa un competidor es un perfecto sustituto del de la empresa y lo vende con las mismas características decimos que es un competidor directo; si es vendido en diferentes condiciones será un competidor indirecto.

En este punto también se incluye el concepto de empresas que comercializan productos sustitutos, que son aquellos que siendo diferentes del bien comercializado, satisface las mismas necesidades. Ética comercial y gobiernos de la organización son aspectos socialmente responsables clave con los competidores. (Moreno , 2015, pág. 490)

Agentes sociales

Grupos de interés públicos que con su acción pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar las empresas, condicionando incluso su futuro. Los agentes sociales pueden ser de

muy distinto signo y finalidades, agrupando a veces a un número considerable de individuos y organizaciones que afectan a la empresa, como, por ejemplo: asociaciones empresariales y sectoriales, analistas financieros, sindicatos, patronales, partidos políticos, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio, ONGs, etc.(Moreno , 2015, pág. 491)

Administraciones públicas

Legisladores, reguladores y poderes públicos locales, regionales, nacionales e internacionales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y/ negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.(Moreno , 2015, pág. 492)

Comunidad local

Se denomina comunidad a aquel grupo o conjunto que puede estar conformado por personas o animales y que ciertamente comparten una serie de cuestiones como ser el idioma, las costumbres, valores, tareas, roles, estatus y zona geográfica, entre otras.

La salud y seguridad, preservación medioambiental y filantropía son los aspectos clave para con este stakeholders sobre los cuales la empresa debe poner mayor atención.

Público en general

Lo constituyen aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que, aun no teniendo una relación directa con la organización, pueden influir en ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad. Aspectos como salud y seguridad, preservación medioambiental, ética comercial y filantropía serían los cuatro aspectos clave.(Moreno , 2015, pág. 492)

1.2.14. Modelo de Mitchell, Agle y Wood

Este procedimiento tiene como finalidad identificar a los distintos stakeholders a través de la operacionalización de tres atributos básicos que son:

- El poder suficiente para influir en la organización.
- La legitimidad para poder mantener una relación entre ellos y la organización.
- La urgencia de la pretensión que tengan estos grupos de interés (Mitchell, Agle, & Wood, 1997).

Según lo que cada stakeholders representa en función de la naturaleza o de la posición relativa de estos actores, se les asignará un valor asociado con su preponderancia o importancia de acuerdo con los comentarios expresados por el panel de expertos encuestados respecto del poder que pudieran ejercer, su legitimidad y la urgencia.

Ya que según Mitchell et al (1997), si se combinan estos tres atributos, surgen diferentes grupos de partes interesadas, con diferentes expectativas respecto al objeto de interés, lo que se convierte en un instrumento de apoyo para la toma de decisiones por parte de los líderes de la iniciativa analizada. (Cueva , Montecel , & Viera , 2017, pág. 34)

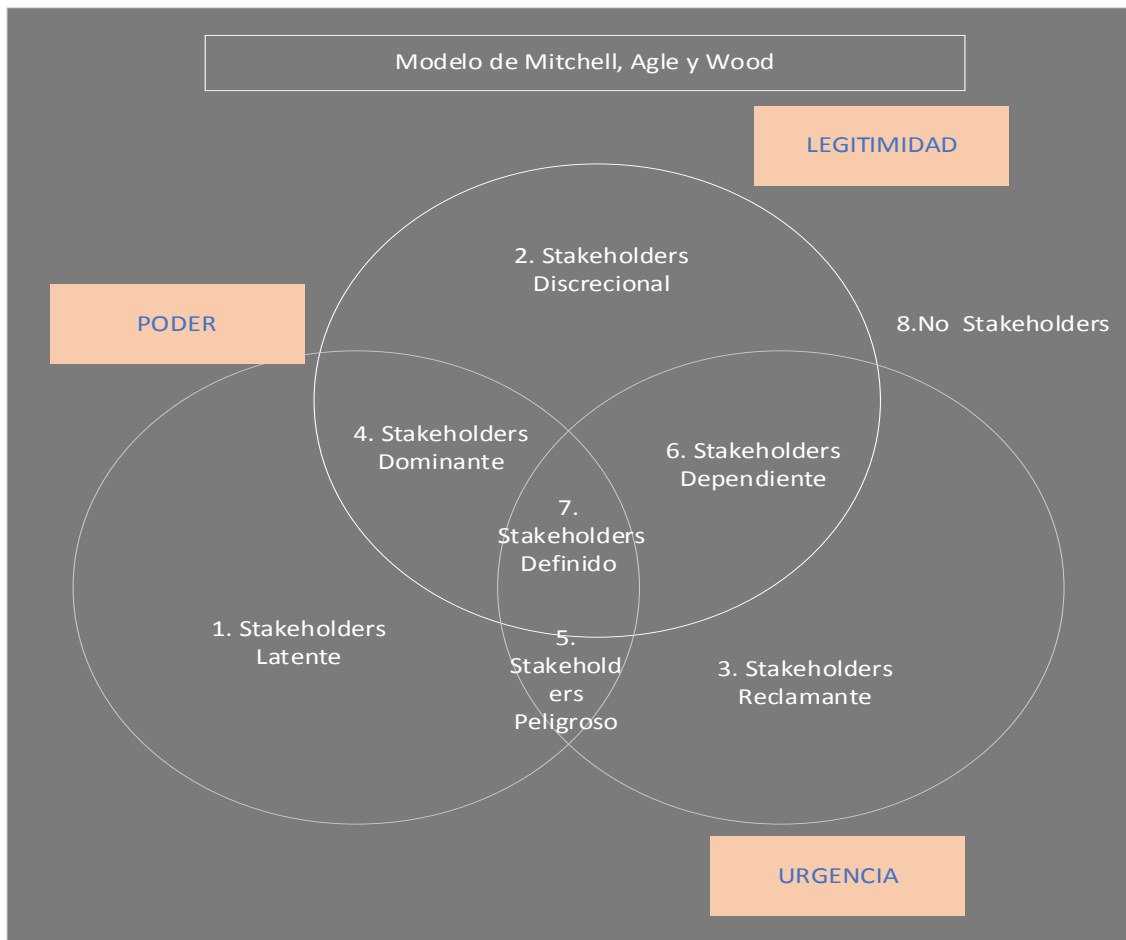


Figura 2-1: Atributos de los stakeholders

Fuente: Mitchell, Agle y Wood (1997)

Elaborado por: Olivo, D. 2022

Este modelo fue elaborado por el Mitchell, Agle y Wood, donde proponen un diagrama de Ven en el cual se relacionan las variables poder, legitimidad y urgencia que van a operacionalizar el modelo.

La variable **Poder** significa la capacidad del Stakeholders de influenciar a la organización. La variable **Legitimidad** se refiere a la relación y a las acciones del Stakeholders con la organización en términos de deseabilidad, propiedad o conveniencia y la **Urgencia** remite a los requisitos que los mismos plantean a la organización en términos de urgencia y oportunidad.

Según los autores, la combinación de estos tres atributos en diferentes composiciones lleva a siete tipos de Stakeholders: latentes, discrecionales, reclamantes, dominantes, peligrosos, dependientes y definitivos. Si un grupo no posee ninguno de estos atributos, entonces no es un grupo de interés para la empresa. Si posee uno, dos, o los tres atributos, entonces sí lo es y su importancia aumentará con los atributos que posea. (Acuña, 2012, pág. 7)

1.2.15. Indicadores de evaluación

1.2.15.1. Definición

Se denominan indicador a un instrumento que sirve para mostrar o indicar algo el concepto recibe distintos nombre, según el ámbito de utilización y el uso coloquial. (Slideshare, 2011)

Según Bauer, 1966 indica que los Indicadores sociales “Son estadísticas, serie estadística o cualquier forma de indicación que nos facilita estudiar donde estamos y hacia donde nos dirigimos con respecto a determinados objetivos y metas, así como evaluar programas específicos y determinar su impacto”

1.2.15.2. Características de los indicadores

Los indicadores deben ser:

- Exactos, inequívocos y específicos
- Comprensibles y fáciles de interpretar
- Accesibles y sencillos de obtener
- Significativos y relevantes
- Sensibles a los cambios
- Válidos, científicamente solventes, verificables y reproducibles
- Herramientas útiles para la acción

1.2.15.3. Tipos de indicadores

Existen distintos tipos de indicadores, así como múltiples clasificaciones así que tenemos los siguientes:

Según su ámbito de estudio

- Referidos para la enseñanza
- Referidos a la investigación
- Referidos a los servicios
- Referidos a la vinculación
- Referidos a la gestión

Según el lugar de obtención

- Externos
- Internos

Tipo de medida

- Cuantitativos
- Cualitativos

Proceso de diseño de indicadores

Se debe tomar en cuenta lo siguiente para el diseño de indicadores:

- Determinar la unidad de expresión.
- Determinar la frecuencia que permitan establecer fallas y medidas correctivas.
- Determinar cómo se origina la información, frecuencia y responsable.
- Determinar el tipo de presentación del indicador.

1.2.15.4. Indicadores Ambientales

Un indicador ambiental es una variable que, mediante la síntesis de la información, pretende reflejar el estado del medio ambiente o de algún aspecto del mismo en un momento y un espacio determinado adquiriendo por ello un gran valor como herramienta de toma de decisiones.
(Slideshare, 2011)

Clasificación de los indicadores

Indicadores de desempeño

Miden la eficiencia y el desempeño ambiental de las operaciones o procesos dentro de la organización.(Slideshare, 2011)

Indicadores de gestión

Miden esfuerzos de la gerencia para influenciar el desempeño ambiental de la organización.(Slideshare, 2011)

Indicadores de condición Ambiental

Proporcionan información acerca de las condiciones del ambiente en el ámbito local, regional o global. (Slideshare, 2011)

Ejemplos de indicadores ambientales

- Nivel de contaminación
- Nivel de contaminación atmosférica
- Porcentaje de agua que recibe un tratamiento adecuado
- Porcentaje de residuos recogidos selectivamente
- Utilización de transporte público municipal

Las grandes situaciones son consecuencia de la suma de pequeñas actuaciones si logramos valorar y controlar los impactos ambientales de actividades localizadas, reduciéndolas al mínimo, lograremos invertir la tendencia de destrucción ambiental, haciendo compatible la actividad humana con el desarrollo sostenible. (Jesus, 2014)

Importancia de los indicadores ambientales

- La importancia de los indicadores reside en el uso que se les puede dar. Idealmente, deben informar a los tomadores de decisiones o usuarios, ayudarlos a esclarecer un tema y descubrir las relaciones entre sus componentes, todo lo cual conduce a decisiones mejor sustentadas. (Jesus, 2014)
- También son una excelente herramienta de información al público porque, acompañados por una buena estrategia de comunicación, ilustran conceptos e información científica, contribuyendo al entendimiento de los temas y a que la sociedad tome un papel más activo en la solución de los problemas ambientales. (Jesus, 2014)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

El enfoque para la presente investigación es de tipo cualitativo y cuantitativo.

2.1.1. *Enfoque Cualitativo:*

De acuerdo con Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L. (2014, pág. 7), el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.1.2. *Enfoque Cuantitativo:*

Como lo plantean Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L. (2014, pág. 4), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Además, este enfoque es secuencial y probatorio. Cada esta precede a la siguiente y no podemos brincar o eludir pasos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.2. Nivel de investigación:

2.2.1. *Explicativo:*

Los estudios explicativos tal como lo expresan Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L. (2014, pág. 95), “pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian”. Además, los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.2.2. Descriptivo:

Según (Tamayo, 2003) define al nivel de investigación descriptivo “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o grupo de personas, se conduce o funciona en presente”(Tamayo, 2003).

En esta investigación vamos a obtener datos estadísticos descriptivos que permitan contextualizar como se está comportando el fenómeno de estudio, mismos que reflejaran los problemas sociales existentes en cuanto a la calidad de vida de los habitantes del sitio geográfico a investigar.

2.3. Diseño de investigación

Para la presente investigación se aplica el diseño de investigación no experimental, debido a que no inferimos en las variables de manera intencional para observar su efecto sobre otras. Entonces, observaremos los fenómenos de manera natural o ya existente, tal como se dan en su contexto propio sin la provocación intencional por parte de quien realiza la investigación.

2.3.1. No experimental:

De acuerdo con Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L.(2014, pág. 152),define el diseño de investigación no experimental como “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada variables y en los que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio , 2014).

2.3.2. Transversal:

Según Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L.(2014, pág. 154), los diseños transaccionales (transversales) son “investigaciones que recopilan datos en un momento único”. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio , 2014).

2.4. Tipo de estudio

2.4.1. Descriptiva

En el presente trabajo de titulación se aborda un tipo de estudio descriptivo debido a que se busca encontrar características específicas del objeto de estudio. Entonces, según lo plantean Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L.(2014, pág. 92), los “Estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo población. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera

independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.4.2. Correlacional

De acuerdo con Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L. (2014, pág. 93), el “estudio Correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población”, además, pretenden responder a preguntas de investigación de acuerdo con el tipo de investigación que se realice y las interrogantes que surjan en su desarrollo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.5. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.5.1. Métodos de investigación:

- **Inductivo:**

En nuestro trabajo de investigación aplicamos el método inductivo, debido a que es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales.

Tal como lo expresan Lafuente Ibáñez & Marín Egoscózábal (2008, pág. 2), en su papel Metodologías de la investigación en las ciencias sociales el método inductivo “consisten crear enunciados generales a partir de la experiencia, comenzando con la observación de un fenómeno, y revisando repetidamente fenómenos comparables, para establecer por inferencia leyes de carácter universal” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscózábal, 2008).

- **Deductivo:**

Es una forma de razonar y explicar la realidad general hacia casos particulares. El método usado para esta investigación es el deductivo, debido a que nuestra investigación referencia al método deductivo como medio para entender y explicar realidades mundiales hasta llegar al caso motivo de esta investigación que es la elaboración de un plan de RSE particularmente para una empresa dedicada a la producción del cacao.

En ese contexto y de acuerdo con el planteamiento de Lafuente Ibáñez & Marín Egoscózábal (2008, pág. 2), “El método deductivo se enmarca en la denominada lógica racional y consiste en: partiendo de unas premisas generales, llegara inferir enunciados particulares” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscózábal, 2008).

2.5.2. Instrumentos de investigación

- **Observación directa**

De acuerdo con Baena, P. G. (2017, pág. 70), la observación directa es “la observación y la exploración del terreno, que en realidad es el contacto directo con el objeto de estudio”.

Según Baena, P.(2017, pág. 71), La observación la hacemos con los cinco sentidos, la vista y el oído en la mayor proporción y menos el resto de los sentidos, observamos a una persona que cocina, podemos escuchar cómo hierve el agua en la estufa, olemos el rico tufillo del tocino, sentimos el calor del fuego que llena el cuarto de una temperatura agradable, si tocamos el sartén sentimos el calor del asa y hasta podemos quemarnos. Tenemos el cuadro completo obtenido a partir de nuestros sentidos(Baena Paz, 2017).

- **Entrevista**

Como lo expresa Baena, P. G. (2017, pág. 80), la entrevista es “una indagación que se realiza a una persona o varias para obtener un testimonio sobre un hecho vivido, una opinión o un comentario y hasta una semblanza, una entrevista biográfica o monográfica puede hacer uso de un estudio de caso o de una historia de vida”(Baena Paz, 2017). Además, (pág. 79) “la entrevista constituye una de las fases más agradables de toda investigación; la del descubrimiento, de las ideas que surgen y de los contactos humanos más enriquecedores para el investigador(Baena Paz, 2017).

2.5.3. Técnicas de investigación

- **Documental**

Esta investigación será de tipo documental, pues para el desarrollo se tendrá que acudir a documentos y libros sean estos físicos como virtuales, todo esto para tener un enfoque amplio sobre la realización del plan de responsabilidad social empresarial para la compañía BURNEOEXPOR S.A de la ciudad de Santo Domingo.

De acuerdo con Rojas, I. (2011, pág. 281), la investigación documental es “Un procedimiento orientado a la aproximación, procesamiento y recuperación de información contenida en documentos, independientemente del soporte documental en que se hallen” (Rojas, 2011).

- **De campo**

La investigación que se aplicara en el presente trabajo de titulación será de campo, puesto que permite la observación directa del objeto de estudio a través de la obtención de testimonios que permitan abordar la teoría con la práctica en post de conclusiones objetivas.

Según Rojas, I. (2011, pág. 279), la investigación de campo es “Procedimientos del tipo sujeto-objeto como la observación directa, o sujeto-sujeto como la entrevista que se aplican a procesos sociales u objetos” (Rojas, 2011).

2.6. Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

En esta investigación no se realizará el análisis poblacional y su respectivo cálculo de la muestra, en vista de que el presente estudio centra únicamente a la empresa BURNEO EXPORT S.A., en tal razón se utilizará una guía metodológica basada en el modelo construido por Gustavo Adolfo Yepes López, Alexandra Ospina y Luis Fernando Sánchez; docentes de la Facultad de Administración de Empresas en la Universidad Externado de Colombia.

Esta metodología que se utilizará permite realizar un análisis íntegro de las relaciones de la empresa con sus grupos de interés; para ello utiliza un modelo de entrevista. Para el análisis de los grupos de interés utiliza una metodología de Mitchell, Agle y Wood. La metodología propone cuatro fases para lograr desarrollar un Modelo de Gestión de RSE en la empresa.

El alcance de la presente investigación se centra en las 2 primeras fases:

- Primera fase de diagnóstico: el objetivo de este es determinar cómo está la empresa respecto de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Segunda fase se enfoca en el diseño de las acciones, y
- Tercera fase: esta direccionada a implementación de acciones.
- Cuarta fase: se enfoca en el seguimiento y evaluación, mismos que serán aplicados una vez que los directivos decidan implementar la Responsabilidad Social Empresarial como parte de la gestión de esta.

Cabe mencionar que esta metodología se aplicará a esta investigación con el fin de diagnosticar la situación real y la percepción de la empresa con respecto a la RSE, a través de entrevistas a las personas pertenecientes a la organización. Este diagnóstico nos permitirá obtener una perspectiva clara y concisa de la aplicación del sistema de gestión integral. Así pues, los resultados que se obtenga de esta nos permitirán enfocar una propuesta prioritaria para fortalecer la relación con sus stakeholders.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Resultados

3.1.1. Cronograma de Trabajo

Tabla 1-2: Cronograma de Trabajo

Tareas	Fecha de inicio	Fecha final	Días
Recolectar informacion de Burneo Export	2-Nov	10-Nov	8
Definir Cuestionario de RSE	11-Nov	10-Dec	29
Aplicar Cuestionario en Burneo Export	11-Dec	10-Jan	30
Consolidar datos en la hoja de excel	11-Jan	31-Jan	20
Establecer graficasde la Consolidacion de datos de los grupos de interes	31-Jan	5-Feb	5
Analizar cada una de las tablas de los grupos de interes	6-Feb	20-Feb	14
Establecer propuestas para aplicaci3n de RSE en Burneo Export	21-Feb	12-Mar	19

Fuente: (BURNEOEXPORT S.A 2017)

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.1.1.1. Diagrama de Trabajo

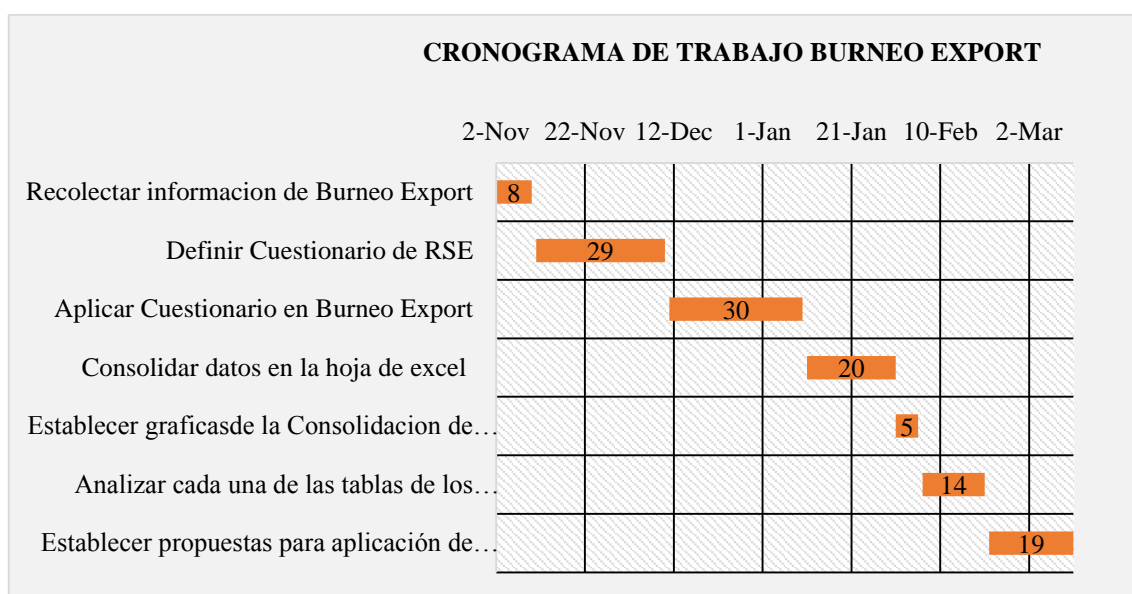


Gráfico 1-1: Diagrama de trabajo

Fuente: (BURNEOEXPORT S.A 2017)

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.1.2. Antecedentes históricos

La empresa AGROEXPORTADORA BURNEO OCAMPO BURNEOEXPORT S.A. se encuentra ubicada en la vía a Quevedo km. 6 en la Cooperativa el Proletariado, con número de RUC: 2390029880001, la cual se dedica a la compra y venta de productos agrícolas conformada como sociedad desde el año 2017, pero anteriormente funcionaba como persona natural a nombre del Sr. Luis Burneo gerente de la compañía desde hace más de 10 años.

3.1.3. Visión

Ser una organización líder, fortalecida y reconocida en el ámbito local, nacional e internacional por la calidad de nuestros productos, a través del desarrollo de alianzas, de una gestión sostenible y de un personal capacitado.

3.1.4. Misión

Ofrecer productos certificados de calidad y competir en los mercados internacionales en todos los niveles para beneficio de la producción del cacao ecuatoriano mediante el Desarrollo de técnicas de mejora en calidad, sabor y aroma a favor de las personas que lo producen, las personas que lo transforman y las personas que los disfrutan.

3.1.5. Datos generales de la Empresa

Tabla 2-3: Datos de BURNEOEXPORT S.A

Nombre de la Empresa	Agroexportadora Burneo Ocampo BURNEOEXPORT S.A.			
Provincia	Cantón	Dirección		
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	SANTO DOMINGO	Cooperativa El Proletariado		
Teléfono	E-Mail	Número de Trabajadores		
03740994 - 0990336124	burneoexport@hotmail.com	Hombres	18	Mujeres 4
Nombre del Gerente	Luis Burneo	Formación:	Bachiller	
Producto o productos/servicios que Entrega la Empresa al Mercado				
Producto o servicio que entrega la empresa al mercado: Compra y venta de maracuyá, pimienta, café, ganado y cacao para exportación y también brinda el servicio de transporte.				

Fuente: (BURNEOEXPORT S.A 2017)

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.1.6. Organigrama Estructural

La empresa BURNEOEXPORT cuenta con un organigrama estructural la misma que se indica a continuación:

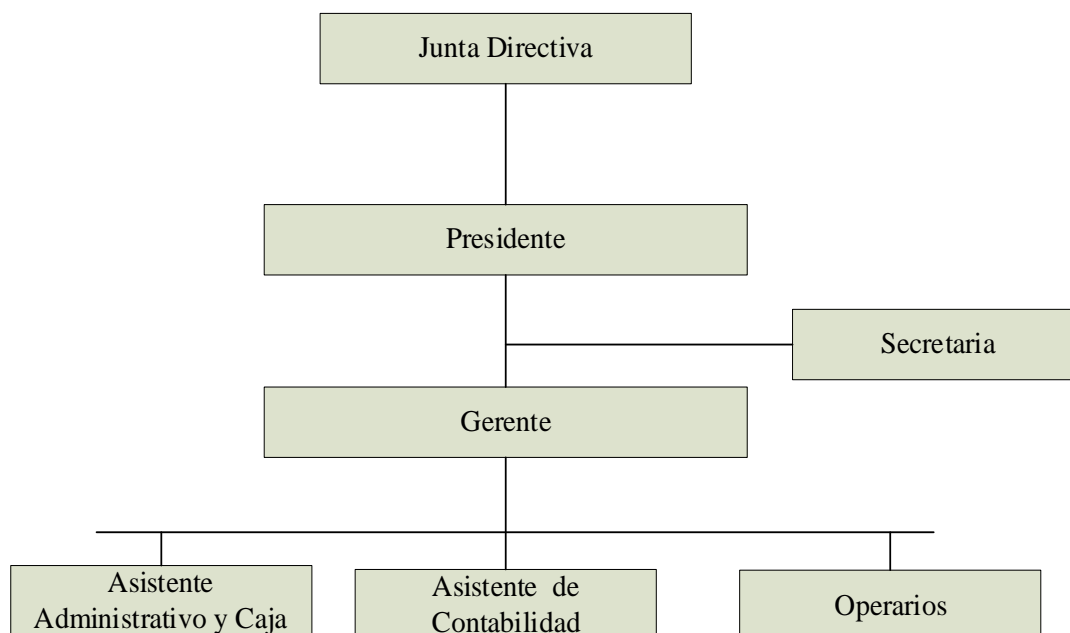


Figura 3-3: Organigrama Estructural

Fuente: BURNEOEXPORT

Elaborado por: Olivo, D. 2021

En la empresa Agroexportadora Burneo Ocampo BURNEOEXPORT S.A., laboran 22 personas distribuidas de la siguiente manera:

En el nivel administrativo un gerente, dos personas en la secretaría, un asistente administrativo y de caja; tres personas en el área auxiliar de contabilidad; y en el nivel operativo laboran 10 personas denominadas estibadores y cinco choferes.

3.1.7. Clasificación de los grupos de interés

Tabla 3-3: Grupos de Interés

ATRIBUTOS	TIPOS DE STAKEHOLDERS	STAKEHOLDERS IDENTIFICADOS
Stakeholders Latentes	Adormecidos	Gobierno
	Exigentes	Gobierno
	Discrecionales	Gobierno
Stakeholders Expectantes	Peligrosos	Clientes, Comunidad y Entorno
	Dominantes	Clientes, Comunidad y Entorno
	Dependientes	Clientes, Comunidad y Entorno
Stakeholders Dominantes	Definitivos	Proveedores
		Directivos
		Trabajadores

Fuente: (BURNEOEXPORT S.A 2017)
Elaborado por: Olivo, D. 2021

Dentro de la clasificación de los grupos de interés según su tipo tenemos a los Stakeholders latentes que contienen a los grupos de interés Adormecidos, Exigentes y discrecionales identificados respectivamente en el cuadro anterior. Como Stakeholders expectantes contamos con los grupos de interés peligrosos, dominantes y dependientes y dentro de ellos tenemos a clientes, comunidad y el entorno ubicado respectivamente de acuerdo con el tipo de Stakeholders que correspondan y por último contamos con Stakeholders definitivos que son los trabajadores, directivos y proveedores de igual manera identificados en la tabla anterior.

3.2. Discusión de Resultados de RSE de la empresa BURNEOEXPORT

En la siguiente investigación se aclara que en el presente trabajo de titulación se realizó un análisis de la organización para conocer la percepción de los Directivos y trabajadores de La empresa

Burneoexport, como resultado nos muestra que no cuenta con una adecuada práctica de la RSE cómo componente fundamental de su modelo integral de gestión.

El análisis e investigación del tema en la empresa en cuestión no implica calificar a la organización cómo responsable o no responsable, debido a que por lógica y la dinámica empresarial que se tiene en el país, las empresas privadas, públicas y las de la economía popular y solidaria, nacen socialmente responsables o en el transcurso de sus actividades van aplicando parámetros o indicadores que se sugieren por la metodología relacionada con la norma ISO 26000 (que es voluntaria y no certificable), en unos casos y de acuerdo a su conformación y estructura jurídica. Además, tomando en cuenta también que algunas de ellas se cumplen debido a la Constitución y las Leyes de cada Estado en donde operan o por la obligación ineludible y compromiso con su Talento Humano, con el Estado y con el Medio Ambiente.

Tabla 4-3: Escala y Significado de Colores

ESCALA Y SIGNIFICADO DE LOS COLORES	
5 a 6 puntos: la organización tiene un total dominio sobre la acción. Muy buen nivel de Responsabilidad Social.	
3 a 4 puntos: la organización tiene un dominio mediano sobre la acción, es decir, está implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
1 a 2 puntos: la organización tiene un limitado control sobre la acción, baja Responsabilidad Social.	
0 puntos: la organización no tiene control sobre la acción, mala percepción de la Responsabilidad Social Empresarial.	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.1. *Gobierno Corporativo*

La organización debe tener un gobierno corporativo sólido y eficiente, el cual defina de manera específica y concisa las funciones y responsabilidades de cada miembro de la empresa, además que establezca las reglas que se deben seguir para tomar decisiones, con el objetivo de establecer mejores normas que provean el equilibrio entre la generación de valor y sostenibilidad, puesto que permite desarrollar factores que viabilicen estas acciones en la administración de la empresa. Además, esto se realiza también con el objetivo de especificar y definir las responsabilidades en

la gestión de los propietarios de la organización, figurando como tal y como parte importante del proceso de los grupos de interés para que no solo la generación de recursos sea su fin, sino también el bienestar del entorno en el que la empresa opera.

En este trabajo de investigación se realizó el análisis del gobierno corporativo de acuerdo con la realidad que presenta la empresa BURNEOEXPORT, lo cual permitirá describir las características importantes de la experiencia vivida en lo que se refiere a gestión empresarial, pero también nos ayudara a conocer los problemas que aquejan a la organización de manera objetiva y la forma en la que se podrían corregir.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas del modelo de Mitchell para la parte de gobierno corporativo aplicadas a la empresa, se obtuvieron los siguientes resultados:

La empresa tiene total dominio de las acciones (color verde), entendiéndose que en esta parte se refiere a que la organización tiene una estructura definida para estas acciones. Entonces, el gobierno corporativo se interesa en lo que respecta a mecanismos que permitan asegurar la toma de decisiones, que los grupos de interés también cuenten con participaciones sobre sus expectativas.

En lo que se refiere al dominio mediano (color amarillo), es decir está en procesos de implementación o se dejó de tener algún tipo de seguimiento, la empresa cuenta con acciones como mecanismos para identificar y dar cumplimiento a las leyes y regulaciones que se aplican a su giro del negocio; cuenta con órganos de gobierno y control constituidos formalmente que operan en la empresa; tiene políticas para evitar algún tipo de discriminación en la definición de sus órganos de gobierno; posee mecanismos para promover los principios y valores entre su personal y su entorno, además de mecanismos para evaluar estas acciones; cuenta con mecanismos formales para el uso regulado y eficiente de los recursos naturales, financieros y humanos; las decisiones que se toman se las comunican a todos los niveles; la información sobre el impacto de las decisiones que se toman son validadas por terceros externos a la empresa; la información sobre el origen y manejo de los recursos financieros se valida por un tercero y cuenta con mecanismos que revisan y evalúan a los órganos de gobierno de manera periódica.

La organización tiene un limitado control sobre las acciones (color rojo), es decir que existe una responsabilidad social, están acciones como la identificación, definición y declaración expresa de los principios y valores organizacionales; la información sobre la composición, participantes y mecanismos de comunicación por parte de los órganos de gobierno y políticas que promuevan el reconocimiento, evaluación y satisfacción de las opiniones y expectativas de los grupos de interés.

La empresa no tiene control sobre las acciones (color blanco), es decir que existe una mala percepción de la realidad social entorno la empresa que para este caso no existe ninguna opción marcada y que permita considerarse en el análisis.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta y el análisis de las valoraciones efectuadas, la empresa BURNEOEXPORT alcanzo un resultado promedio de 4,0, es decir el 66,67% del

valor total que corresponde a 6, entonces esto implica que existen muchos factores en los cuales trabajary mejorar (33,33%), para alcanzar resultados óptimos que satisfagan a sus empleados, grupos de interés y en general a su entorno organizacional, a través de los órganos de gobierno y que aquellas acciones permitan originar procesos de gestión sólidos y de valores organizacionales que se promulguen continuamente.

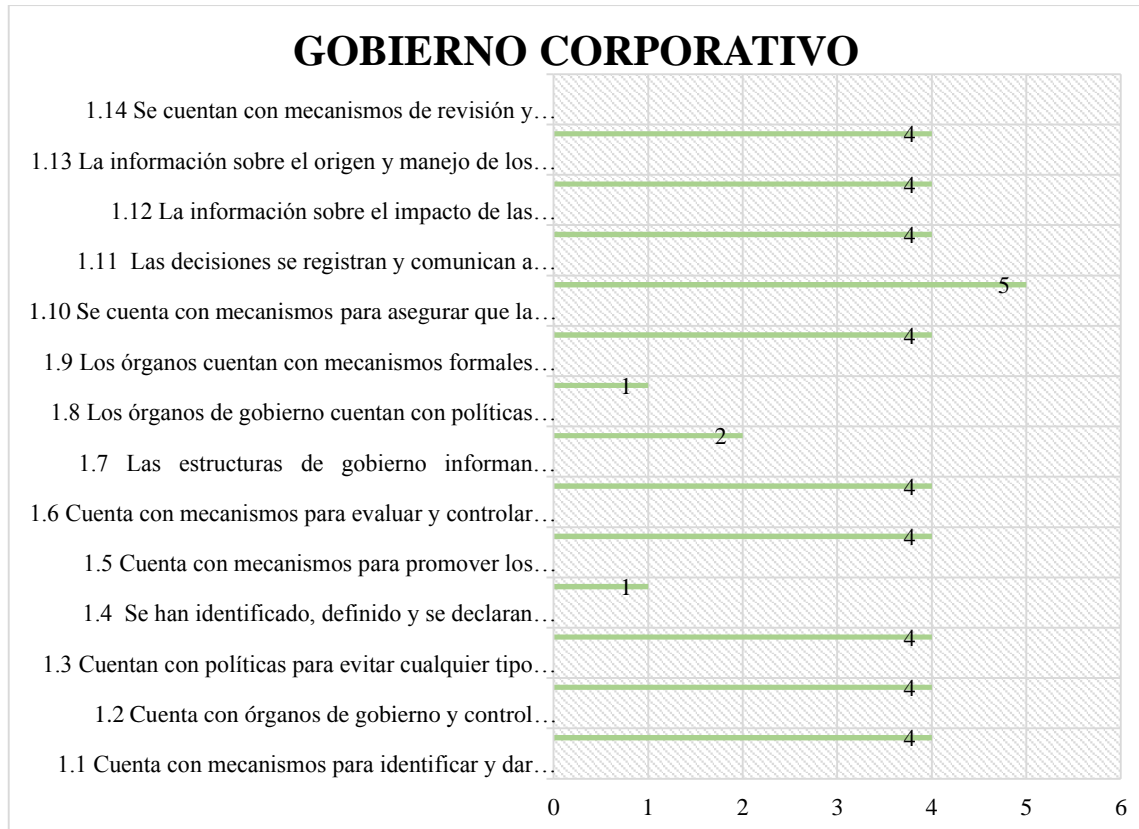


Gráfico 2-3: Gobierno Corporativo
Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.2. Estrategia

A partir de los inicios del siglo XXI, la RSE se ha convertido en un elemento importante a tener en cuenta al establecer una estructura y estrategias de negocios, especialmente para la industria alimentaria y las que se derivan o se asimilan a estas y que requieren practicas amigables no solo con el ambiente sino con su entorno en el cual operan sus actividades sean directos o indirectos, puesto a que todos quienes tiene que ver con el giro del negocio se afecta de alguna forma.

En ese contexto, la empresa tiene un total dominio de las acciones, en contar con una plataforma formal en la que se ubican la misión, visión, políticas y objetivos estratégicos.

Mantiene un mediano dominio de las acciones, en la misión y visión de la empresa que incluya un compromiso explícito de desarrollo sostenible; la misión y visión incluyen un compromiso explícito con los grupos de interés; políticas para identificar grupos de interés y políticas para evaluar e identificar sus impactos económicos, sociales y ambientales.

La organización tiene un limitado control sobre las acciones, en los objetivos estratégicos que incluyan metas sociales y ambientales; vinculación a iniciativas o programas que promuevan la responsabilidad social; la identificación y comunicación a todos los niveles el compromiso social y ambiental de cada uno de los procesos de la organización y la creación de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño social y ambiental de la organización.

Una vez realizado el análisis de la información obtenida de las encuestas realizadas, la organización alcanza una valoración promedio de 3,0, es decir el 50% a nivel de la estrategia, con respecto de la valoración total.

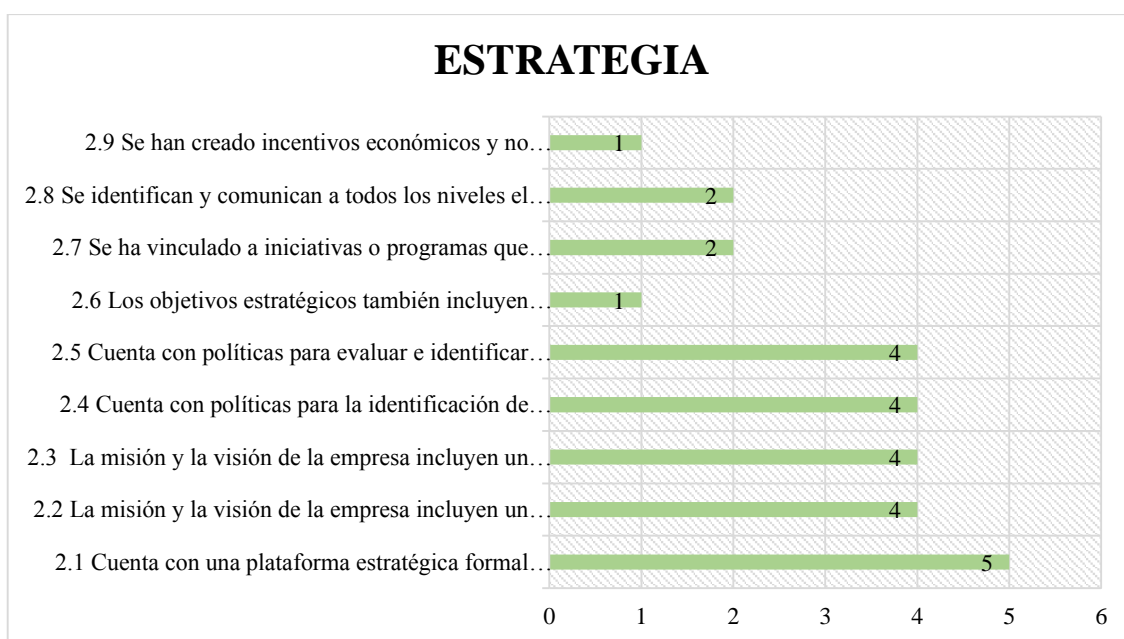


Gráfico 3-3: Estrategia

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.3. Estructura y Operación

Para que la estructura y operación diaria estén alineadas a una empresa con responsabilidad social se requiere de un compromiso y comunicación de ésta con los Stakeholders, lo que no solo implica prevenir crisis o disminuir reacciones a posibles problemas, sino de una responsabilidad que este a la altura de las circunstancias para sus aliados sociales que contribuyan a promover el aprendizaje y la innovación en la empresa y que permita impulsar el desempeño y la gestión corporativa.

En cuanto al total dominio de las acciones, la empresa no manifiesta opción alguna.

Respecto a dominio mediano de las acciones; cuentan con mecanismos para asegurar que las actividades se desarrollen de acuerdo con las directrices establecidas; tienen mecanismos para recolectar, analizar, y monitorear el desempeño de las actividades frente a los objetivos y metas que se plantean; mecanismos para evaluar e identificar oportunidades de mejora frente a los grupos de interés; información periódica a sus grupos de interés sobre los productos y marcas que

maneja, excepto los desempeños económico y financiero de las operaciones, y finalmente la información periódica a sus grupos de interés sobre su desempeño ambiental y social.

En lo que respecta al dominio limitado de las acciones; cuenta con metas sociales y ambientales para los principales procesos y actividades críticas de la organización, se designan responsables para el cumplimiento de las metas sociales y ambientales, mecanismos de formación y entrenamiento para el adecuado desempeño social y ambiental de los principales procesos y actividades críticas, cuenta con metas sociales y ambientales para socios de negocios y la vinculación de iniciativas de comunicación y reporte de las actividades socialmente responsables que organiza la empresa.

Posterior a la realización del análisis de la información obtenida de la encuesta realizada, la organización alcanza una valoración promedio de 2,7, es decir el 45% a nivel de la estructura y operación, con respecto de la valoración total que la organización alcanza en la actualidad.

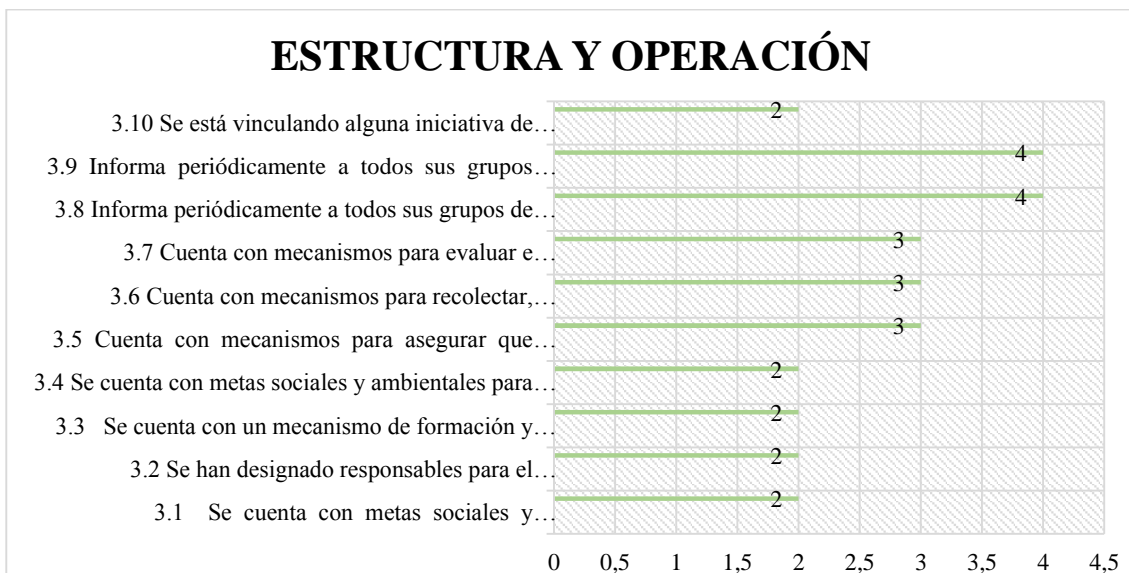


Gráfico 4-3: Estructura y Operación
Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.4. Desempeño Económico

El desempeño económico principalmente y seguido del financiero de las organizaciones se explica en varias formas diferentes de solo el aumento de la calidad y eficiencia de sus procesos productivos o diferenciación de sus productos y servicios de su competencia, pues también se mide a través del posicionamiento de la organización en el mercado, de la identificación con sus proveedores y en muchas ocasiones de su posicionamiento para con organizaciones de gobierno, comunidad o consumidores, o sectores que estén ligados al desenvolvimiento empresarial del que esto conlleva si se tiene manejos adecuados de los recursos.

Bajo esa perspectiva organizacional acerca del desempeño económico, la empresa BURNEOEXPORT presenta un total dominio de sus acciones en: la existencia de mecanismos

para asegurar compras a proveedores locales basados en precios, plazos de pagos y entregas justas garantizando contratos estables; políticas de contratación de personal y su posterior capacitación y desarrollo; cumplimiento de obligaciones tributarias; acciones para que socialicen entre sus grupos de interés los resultados financieros y económicos de la operación de la organización; acciones para el manejo de las compras y contratación de proveedores locales, contratistas, empleados y comunidad; favorecimiento de las compras a proveedores locales y el fortalecimiento de estos, y finalmente acciones para evaluar y difundir entre los grupos de interés los impactos económicos directos e indirectos de su operación.

En este caso no se tienen acciones de control mediano, acciones de limitado control y acciones que no controla la empresa.

Una vez realizado el análisis de la información obtenida a través de la encuesta realizada, la empresa BURNEOEXPORT alcanza una valoración promedio de 5,6, es decir el 93,33% de cumplimiento en sus gestiones a nivel del desempeño económico, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Entonces se entiende que en este apartado existen muchas fortalezas en la empresa y que es aspecto que lo desempeña de una manera adecuada.

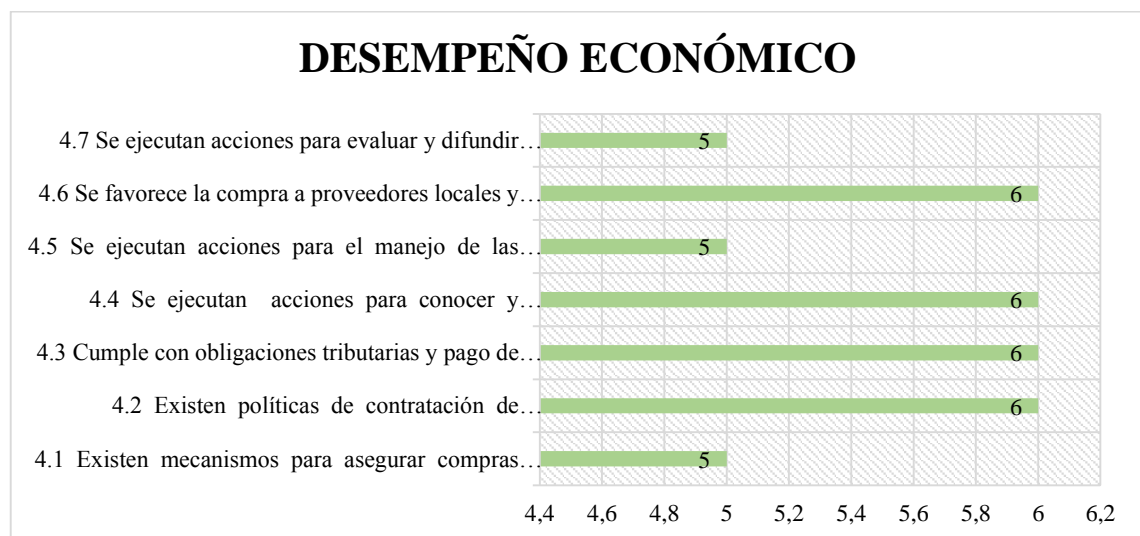


Gráfico 5-3: Desempeño Económico

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.5. *Desempeño Ambiental*

El desempeño ambiental está asociado generalmente al cuidado ambiental y este caso de estudio a la responsabilidad social empresarial-RSE, que forma parte de la estrategia corporativa en casos que desean alcanzar una visión de preservación y cuidado del ambiente y su conjunto que lo compone. En ese contexto las organizaciones que desean aplicar estrategias amigables con el ambiente y su entorno inician con el análisis de las condiciones del entorno que rodea a la empresa y sus operaciones, con el fin de evaluar las fortalezas y debilidades de los actores que integran aquel entorno.

Es necesario precisar que casi todas las acciones que el ser humano realiza en nombre de la superveniencia y desarrollo produce impactos sobre el ambiente, lo que provoca que se modifique el equilibrio de los ecosistemas y dando como resultados las alteraciones o impactos a la naturaleza.

En el desempeño ambiental la empresa tiene un total dominio de las acciones en: acciones para mejorar y reducir los materiales utilizados en la fabricación de productos y/o servicios con base en la legislación y acuerdos internacionales y también para el manejo y reducción de la energía utilizada con las mismas bases; acciones para el cuidado de las fuentes, manejo, reducción y reciclaje del agua utilizada con base en la legislación y acuerdos internacionales, y preferencia al uso de productos y servicios de proveedores que demuestran compromiso con el cuidado del ambiente.

La organización tiene mediano dominio de las acciones en: acciones para conocer y mitigar los impactos sobre biodiversidad con base en la legislación y acuerdos internacionales; acciones para el manejo y mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero, sustancias destructoras de la capa de ozono y otras emisiones significativas con base en la legislación y acuerdos internacionales; acciones para el manejo y la reducción de residuos y vertimientos con base en la legislación y acuerdos internacionales; acciones para el manejo y mitigación del impacto de sus productos y servicios en el ciclo de vida con base en la legislación y acuerdos internacionales; cuneta con mecanismos que aseguran el cumplimiento de la legislación ambiental asumiendo responsabilidades por los impactos derivados de la operación; acciones para el manejo y mitigación del impacto ambiental derivado del transporte de productos, otros bienes y materiales utilizados para actividades de la organización; acciones de inversión ambiental con base en la legislación y acuerdos internacionales; acciones para controlar y reducir los riesgos asociados al uso y desechos de materiales tóxicos; mecanismos de prevención y minimización de impactos por ruido, olor, luz, vibraciones y contaminación del suelo en los lugares de operación; y acciones para identificar, prevenir riesgos ambientales y controlar accidentes relacionados para asegurar la mejora continua en las operaciones.

En este caso no se tiene acciones limitadas y tampoco acciones que no se controlan.

Luego del análisis de la información obtenida de la encuesta, la empresa logra una valoración promedio de 4,3, es decir el 71,67% a nivel del desempeño ambiental, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar en la actualidad. Con aquella realidad a la empresa le resta un 28,33% por efectuar acciones de mejora en sus gestiones organizacionales.

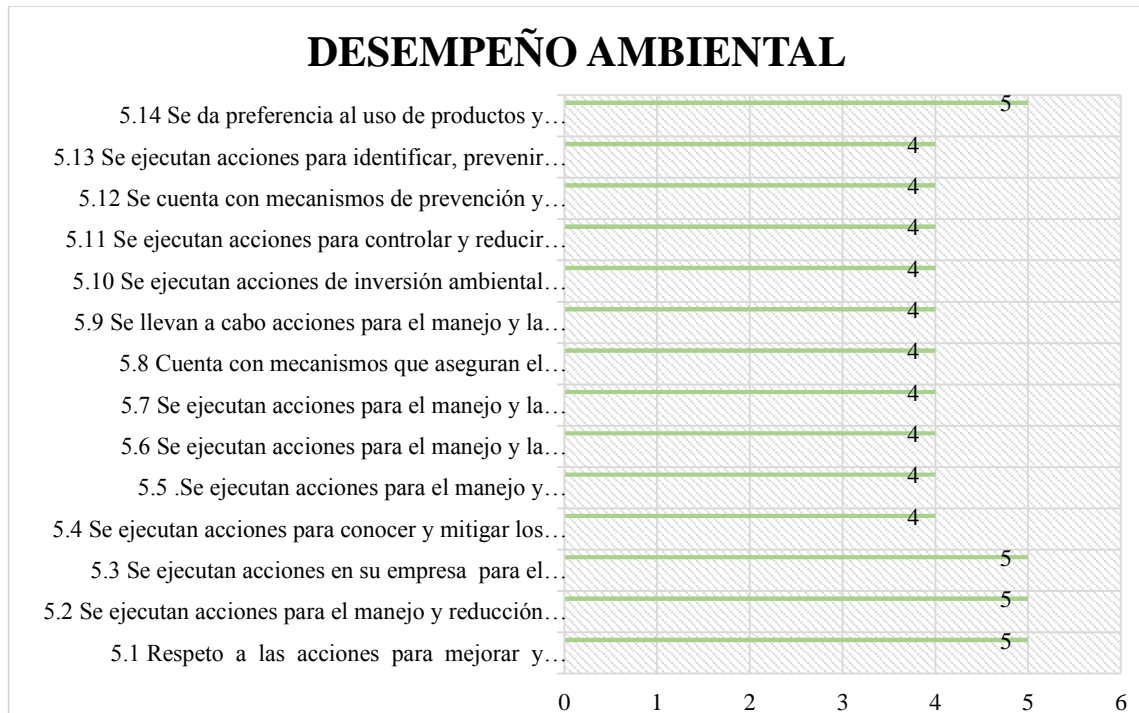


Gráfico 6-3: Desempeño Ambiental
Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.6. *Desempeño Social Laboral*

Al contar con prácticas adecuadas de RSE se logra comprometer al personal de una empresa, además, la identificación corporativa de los empleados y su sentido de pertenencia con ésta, de la cual son parte.

Las buenas prácticas laborales se distinguen también a través de la participación de la empresa en la comunidad, donde se involucra al talento humano en acciones de voluntariado corporativo para programas sociales, educativos, culturales y productivos que estén relacionados con el giro del negocio de la empresa, de esta manera además de beneficiar al comunidad y su entorno las personas de una organización se integran de mejor manera a los objetivos que se quieren alcanzar además de desarrollar sus competencias y la productividad de la organización.

Ahora, al interior de la empresa el desempeño laboral se fortalece y motiva de mejor manera cuando las organizaciones hacen parte de sus programas de buenas prácticas con el talento humano, a las familias de éstos, puesto que aquella acción genera estabilidad emocional y seguridad para desempeñar de mejor manera sus actividades relacionadas a la organización.

Las organizaciones que no practican la RSE como parte de su sistema de gestión integral están mayormente obligadas a cumplir con las disposiciones legales respecto de la selección y contratación laboral de su personal.

La empresa BURNEOEXPORT en el total dominio de las acciones especifica que se evita el empleo masivo de personal temporal y protege la privacidad y datos personales de los trabajadores.

En la parte del mediano dominio de las acciones esta empresa especifica que: se toman acciones para la selección y vinculación del personal acorde con las exigencias legales, evitando situaciones de discriminación; existen iniciativas de generación de empleo e inclusión laboral; se asegura el cumplimiento de las condiciones de trabajo exigidas legalmente según las leyes; cuenta con mecanismos para informar y participar al personal sobre cualquier cambio que los pueda afectar; cuenta con mecanismos que eviten situaciones de hostigamiento en el lugar de trabajo a nivel físico, verbal, sexual, psicológico y/o amenazas; llevan a cabo estrategias para garantizar la salud y seguridad de los trabajadores, contemplando la implementación de programas de salud ocupacional y seguridad industrial; cuenta con mecanismos para asegurar la diversidad e igualdad de oportunidades de los trabajadores y se ejecutan acciones de promoción, formación y capacitación de los trabajadores.

En el desempeño social laboral no se especifica si la empresa tiene limitado control de las acciones, así como tampoco se especifica que no tenga control sobre las acciones.

Posterior al análisis de la información obtenida de la encuesta, la organización logra una valoración promedio de 4,2, es decir el 70% a nivel del desempeño social laboral, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Con ello a la empresa le resta un 30% por efectuar acciones de mejora en sus gestiones organizacionales.

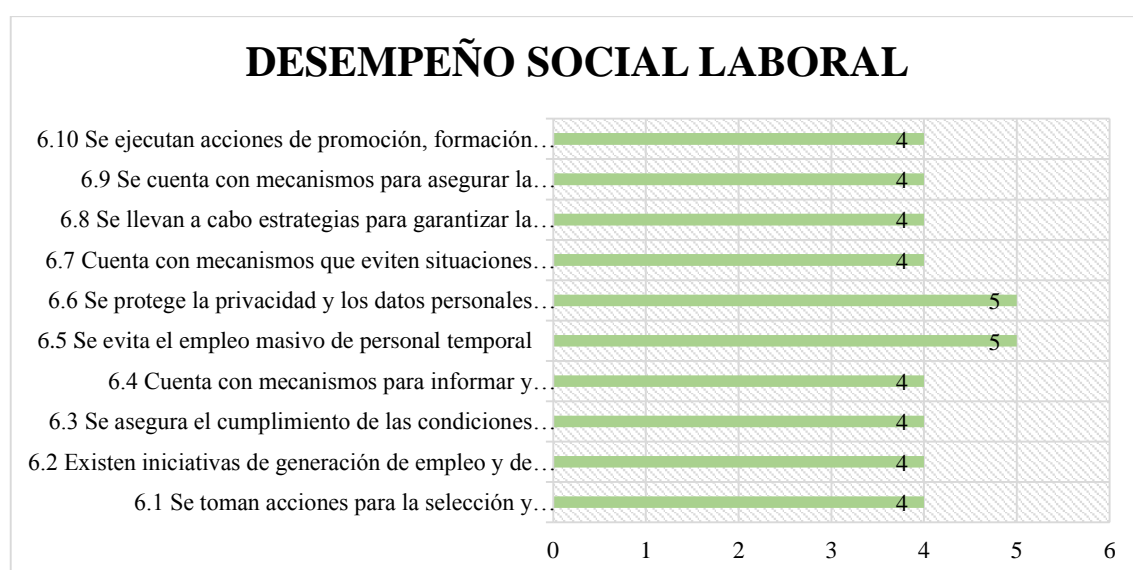


Gráfico 7-3: Desempeño Social Laboral
 Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.7. *Desempeño Social Derechos Humanos*

La empresa al ser una organización que tiene gran influencia en el entorno de la naturaleza se entiende que no funciona de manera aislada, puesto que las acciones que realiza producen impactos positivos o negativos para la naturaleza y sus grupos de interés.

En la empresa no solo se trata de garantizar los derechos humanos desde un punto de vista legal, sino también del real interés que éstas puedan mostrar y evidenciar para el trato de su personal, puesto que esto ayudara a viabilizar el desarrollo adecuado y óptimo de sus actividades porque las personas saben que la empresa está con ellos y no detrás de ellos para que produzcan.

Los derechos humanos son uno de los aspectos de la responsabilidad social en la cual se espera que se respete adecuadamente lo que expresan, porque son parámetros de éxito que permiten minimizar alguna determinada acción que no esté dentro de la planificación organizacional.

La empresa tiene un total dominio de las acciones en: tener mecanismos que impidan el trabajo infantil o trabajo forzado en las actividades de la empresa y mecanismos para evitar la discriminación en cualquiera de sus formas.

En lo que respecta al dominio mediano de las acciones la empresa: cuenta con una política de respeto a los derechos humanos y mecanismos de evaluación y control; la empresa implementa programas de formación para empleados sobre aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades; mecanismos para realizar inversiones, alianzas y asociaciones con base en el respeto de los derechos humanos; procedimientos de selección y contratación de proveedores, contratistas o distribuidores basados en el respeto a los derechos humanos; canales de comunicación eficientes que permitan identificar, investigar y dar solución a riesgos o violaciones relacionadas con los derechos humanos; mecanismos claros para la toma de medidas disciplinarias internas; mecanismos para evitar el desplazamiento o complicidad en desplazar personal de sus áreas; programas de formación en el respeto a los derechos humanos para el personal de seguridad, brindando directrices de actuación y procesos de evaluación que determine si se respetan los derechos humanos de los trabajadores.

Para este apartado no se registran el limitado dominio de las acciones y el nulo control de estas.

Una vez realizado el análisis de la información obtenida, la empresa alcanza una valoración promedio de 4,4, es decir el 73,33% en el nivel del desempeño social de los derechos humanos, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Con ello a la empresa le resta un 26,67% por realizar acciones de mejora o corrección en sus gestiones organizacionales.

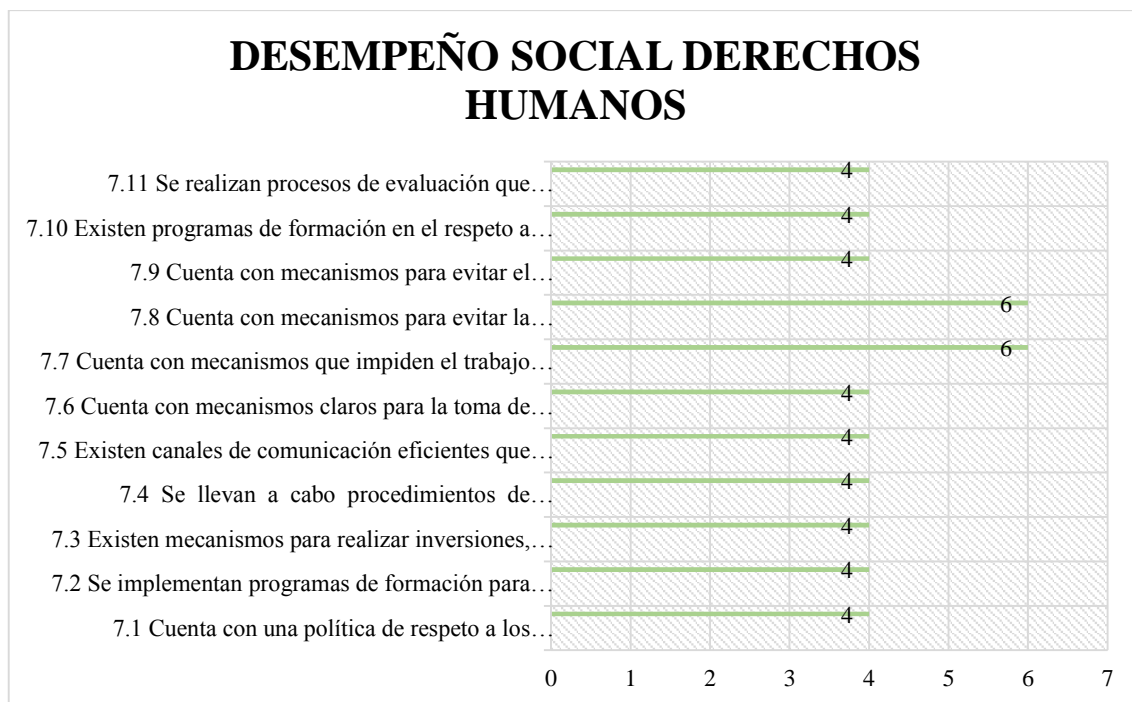


Gráfico 8-3: Desempeño Social Derechos Humanos
 Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.8. *Desempeño Social Comunidad*

Las empresas deben aplicar el mismo criterio de negocios como son sostenibilidad y rentabilidad, con las relaciones comunitarias para sobrevivir tomando en cuenta las amenazas y oportunidades que se pueden identificar del entorno para que se puedan aplicar medidas objetivas, medibles y cuantificables que permitan tener una valoración real de los que pasa a su alrededor.

La cooperación, corresponsabilidad o compromiso por las acciones que se realizan no son aspectos que generalmente las comunidades tienen en cuenta en las relaciones con las empresas, es por ello que actualmente de cierta forma se obliga por las instituciones gubernamentales a las empresas a que se destine mayor participación económica direccionada al desarrollo local donde opera la organización y se evidencie la creación de ofertas laborales reales que puedan ser tomadas por las personas que habitan en el sector.

Ahora respecto de los resultados que arrojó la encuesta aplicada a la empresa en lo que se refiere al total dominio de las acciones tenemos que la empresa no cuenta con ninguno.

En el mediano dominio de las acciones realiza acciones que fomentan la generación de relaciones constructivas con las comunidades de la área de influencia, evaluando el impacto de sus operaciones; realiza acciones que fomenten las relaciones colaborativas y transparentes con los gobiernos locales, regionales o nacionales; cuenta con mecanismos para respetar las tradiciones, cultura y tejido social de las comunidades de su área de influencia y cuenta con mecanismos para respetar y desarrollar fuentes alternativas de ingresos a las comunidades del are de influencia.

En el limitado dominio de las acciones en la empresa se especifica que cuenta con mecanismos para promover el acceso a educación, servicios sociales e infraestructura a las comunidades del área de influencia.

No existe el nulo dominio de las acciones en esta parte de la investigación.

Después de la realización del análisis de la información obtenida, la empresa alcanza una valoración promedio de 3,0, es decir el 50% en el nivel del desempeño social de la comunidad, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Con ello a la empresa le resta el 50% por realizar acciones de mejora o corrección en sus gestiones organizacionales.

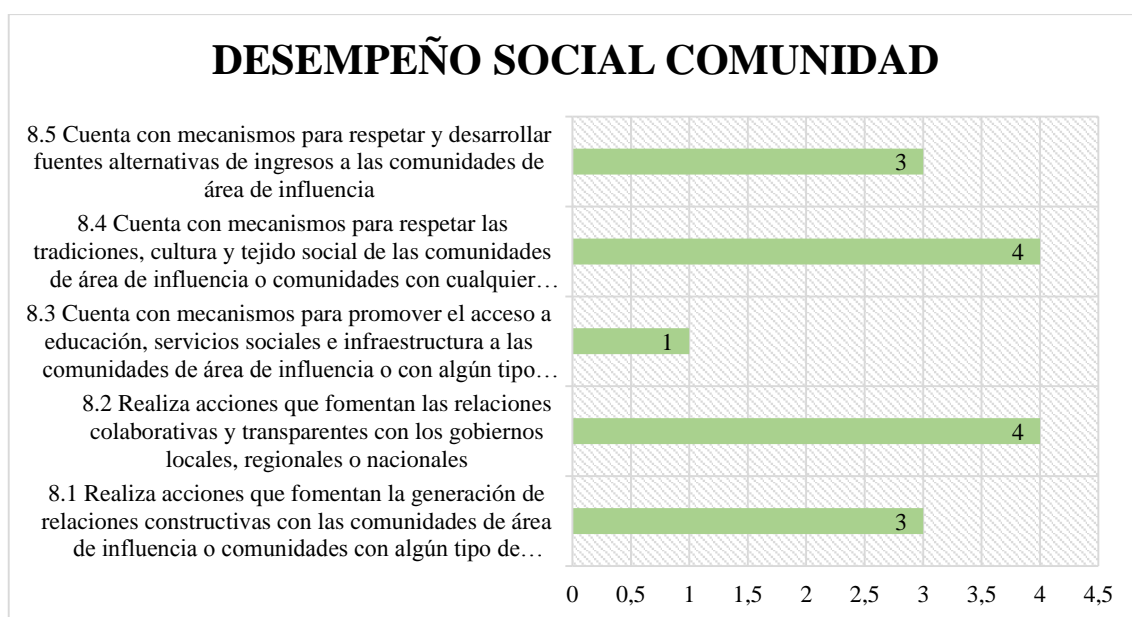


Gráfico 9-3: Desempeño Social Comunidad

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.9. *Desempeño Social Anticorrupción*

La corrupción no afecta no solo a los órganos de gobierno o empresariales, sino también a los ciudadanos que privilegian el beneficio personal al de todos o al menos de su entorno más próximo. Son aspectos como estos que no han permitido que en país se establezcan organizacionales mundiales que puedan ofrecer muchos beneficios a los ecuatorianos.

Este mal es de combate conjunto entre los ciudadanos y las instituciones facultada legalmente, y promoviendo un ambiente de integridad en todos los sectores productivos y que existan muchas posibles afectaciones si se dan este tipo de prácticas.

Esquemas anticorrupción en las organizaciones generan gran reputación y un mejor aprovechamiento de los recursos que se emplean, además la inclusión de colaboradores también se lo realiza bajo marcos justos y por méritos propios que una persona posea.

En las prácticas de responsabilidad social empresarial se incorporaron el compromiso de la lucha por la integridad en contra de la corrupción, mediante la implementación de buenas prácticas de gobernanza corporativa.

La empresa carece de algún dominio total de las acciones.

BURNEOEXPORT tiene mediano dominio de las acciones en: políticas para evitar el soborno y la corrupción en cualquiera de sus formas; programas de capacitación para los empleados en procedimientos anticorrupción, directrices de operación y sanciones; canales de comunicación adecuados para identificar y corregir riesgos y situaciones de corrupción; acciones para asegurar la transparencia en los tramites, donaciones, patrocinios, regalos y gastos de representación; mecanismos de selección y contratación de contratistas, proveedores o distribuidores con base en políticas anticorrupción; estrategias para evitar prácticas monopólicas y desleales con la competencia y acciones para proteger y respetar los derechos de propiedad intelectual o física.

No se evidencian limitados dominios de las acciones y nulos dominios de estas.

Luego de realizar el análisis de la información obtenida, la empresa alcanza una valoración promedio de 3,0, es decir el 50% en el nivel del desempeño social anticorrupción, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Con ello a la empresa le resta el 50% por realizar acciones de mejora o corrección en sus gestiones organizacionales.

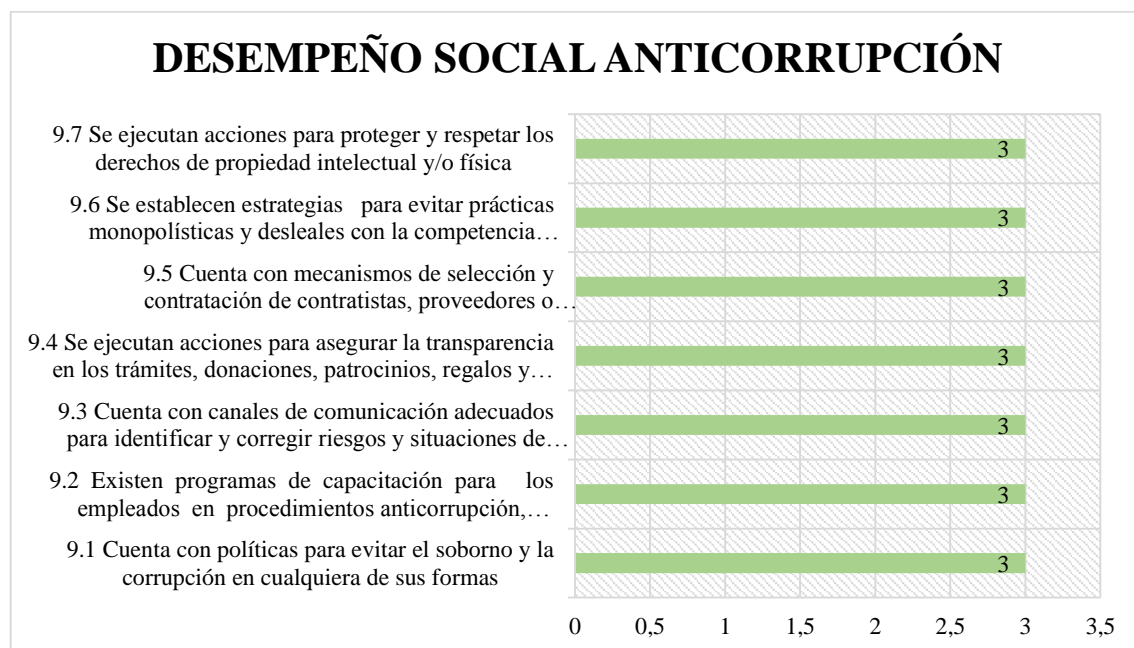


Gráfico 10-3: Desempeño Social Anticorrupción

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.2.10. *Desempeño Social Productos y Servicios*

Aquí se hace referencia al nivel de calidad que el consumidor espera recibir del producto o servicio que brinda una organización que adquiere a cambio de un valor que destina. Entonces

podemos decir que se analiza el valor del uso que el cliente le da con relación a la satisfacción de su necesidad y valor que pago por este. Esto se refiere a que el producto o servicio que un cliente adquiere cumpla con las expectativas y satisfaga las necesidades que motivaron su compra.

Independientemente de que se trate de un bien o un servicio se mide por la satisfacción que puede sentir quien adquiere aquel bien o servicio y de la calidad que ofrezca respecto del valor que pago. La empresa tiene un total dominio en mecanismos que garanticen la oferta de productos seguro para la salud de los clientes, usuarios y consumidores; procedimientos de retiro de productos del mercado que pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y usuarios; procedimientos de comunicación de cualquier riesgo asociado a la utilización, manipulación de los productos y servicios ofrecidos; mecanismos para el manejo y difusión de información completa, precisa y comprensible respecto a los sellos, etiquetas y comunicación de las principales características de los productos y servicios; mecanismos para identificar, medir la satisfacción de los clientes usuarios y consumidores y corregir fallas; procesos para asegurar que los contratos sean claros, legibles y comprensibles, incluyendo información pertinente y suficiente; mecanismos para garantizar el respeto a la privacidad de la información confidencial de los usuarios, clientes y consumidores; y el desarrollo de estrategias para asegurar el acceso permanente a los servicios esenciales con calidad, equidad y rápida respuesta a fallas.

Respecto del mediano dominio de las acciones la empresa: lleva a cabo procesos para la evaluación de riesgos de los productos, garantizando la seguridad en el diseño y componentes utilizados, libre de materiales tóxicos y eficientes en el uso; cuenta con mecanismos para asegurar la veracidad, transparencia de las actividades de mercadeo, la publicidad y comunicaciones en cuanto a precios, características, cantidades, términos, condiciones y entregas; toma acciones para asegurar la promesa de venta, la adecuada respuesta a las quejas y reclamos, además del servicios post venta para los clientes, usuarios y consumidores teniendo en cuenta sus expectativas; acciones para capacitar a los consumidores sobre el uso, medidas de seguridad, peligros e impactos de los productos y servicios ofrecidos; mecanismos para incluir en el diseño materiales y suministros de los productos y servicios criterios que permitan el reciclaje, la reutilización, la reducción, la recuperación o el rechazo; y acciones para informar y educar a los consumidores sobre el impacto de su consumo y las medidas para reducirlo.

La empresa no tiene acciones de dominio limitado y nulo.

Después de realizar el análisis de la información obtenida en la encuesta aplicada, la empresa alcanza una valoración promedio de 4,9, es decir el 81,67% en el nivel del desempeño social de productos y servicios, con respecto de la valoración total que la organización puede alcanzar. Con ello a la empresa le resta el 18,33% por realizar acciones de mejora o corrección en sus gestiones organizacionales.

DESEMPEÑO SOCIAL PRODUCTOS Y SERVICIOS

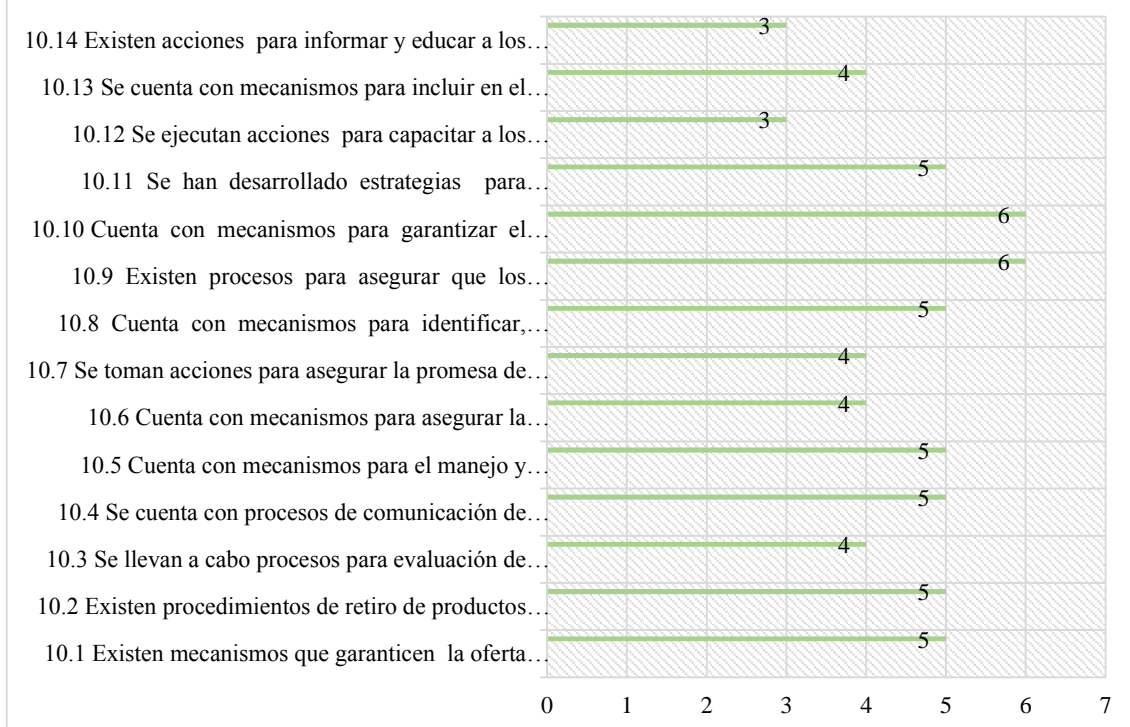


Gráfico 11-3: Desempeño Social Productos y Servicios

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Resumen general del diagnóstico

Ahora de acuerdo al modelo de auto diagnóstico aplicado y formulado por la Universidad El Externado de Colombia, se evalúa la percepción que tiene la empresa en 10 materias o capítulos de Responsabilidad Social Empresarial a través de 115 acciones que fueron valoradas utilizando una escala de 0 a 6, de la cual su explicación indica que cero es el valor más crítico y 6 el valor más óptimo para el presente diagnóstico, además cada segmento o nivel representan un color asociado el dominio total, mediano, limitado control y no sobre las acciones (verde, amarillo, rojo y blanco respectivamente), que también se transforman en indicadores cuyo promedio representa la línea base que la empresa tiene del tema de la cual partir, haciendo énfasis también de la deficiencia que tiene la organización dentro de su sistema o modelo de gestión frente a la RSE como de uno de sus componentes estratégicos.

Posterior al diagnóstico previo, así como su introducción y resumen de la sistematización del análisis del diagnóstico es posible que algunos valores sean un tanto subjetivos por la dificultad en el acceso a fuentes confiables para confirmar la información. Es importante recalcar qué, son temas sensibles en una organización y que, al no ser tomados como temas relevantes por las áreas de gobierno de la empresa, podría determinar o derivar acciones que afecten los resultados económicos y financieros que generalmente priorizan las empresas.

Tabla 5-3: Resumen de resultados del autodiagnóstico

RESULTADOS						
CAPITULOS	PUNTAJE OBTENIDO	DIVIDIR (/)	FACTOR	CALIFICACIÓN OBTENIDA	MÁXIMA	% Valor máximo
GOBIERNO CORPORATIVO	4	DIVIDIR (/)	14	4,0	6	66.67%
ESTRATEGIA	3	DIVIDIR (/)	9	3,0	6	50%
ESTRUCTURA Y OPERACIÓN	3	DIVIDIR (/)	10	2,7	6	45%
DESEMPEÑO ECONÓMICO	6	DIVIDIR (/)	7	5,6	6	93.33%
DESEMPEÑO AMBIENTAL	4	DIVIDIR (/)	14	4,3	6	71.67%
DESEMPEÑO SOCIAL LABORAL	4	DIVIDIR (/)	10	4,2	6	70%
DESEMPEÑO SOCIAL DERECHOS HUMANOS	4	DIVIDIR (/)	11	4,4	6	73.33%
DESEMPEÑO SOCIAL COMUNIDAD	3	DIVIDIR (/)	5	3,0	6	50%
DESEMPEÑO SOCIAL ANTICORRUPCIÓN	3	DIVIDIR (/)	7	3,0	6	50%
DESEMPEÑO SOCIAL PRODUCTOS Y SERVICIOS	5	DIVIDIR (/)	14	4,9	6	81.67%
Total y/o Promedio	54		145	3,8		53%

Fuente: Elaboración propia.
Elaborado por: Olivo, D. 2021

Análisis: Según los análisis realizados en el resultado del diagnóstico a la empresa, se concluye la empresa BURNEOEXPORT alcanzó un 53% de la ejecución de las actividades relacionadas con los temas de acción que se propuso en el modelo para el análisis. En este cuadro de resultados se puede observar que unas acciones son más visibles que otras, pero todas resultan ser importantes al momento de equilibrar aspectos como las relaciones laborales, obligaciones fiscales, etc., es decir que el dominio total sobre acciones que practica la empresa es de acuerdo con la medida que esta puede practicar, así de igual forma con el dominio medio, el dominio limitado y el no dominio de las acciones.

Al realizar la interpretación del diagnóstico de percepción de RSE según la tabla 5-3, se aprecia que la empresa tiene debilidades significativas sobre las cuales debe trabajar con mayor énfasis, en especial en la estructura y operación, pero sin dejar de lado las demás áreas excepto el desempeño económico que necesita menor atención que las demás.

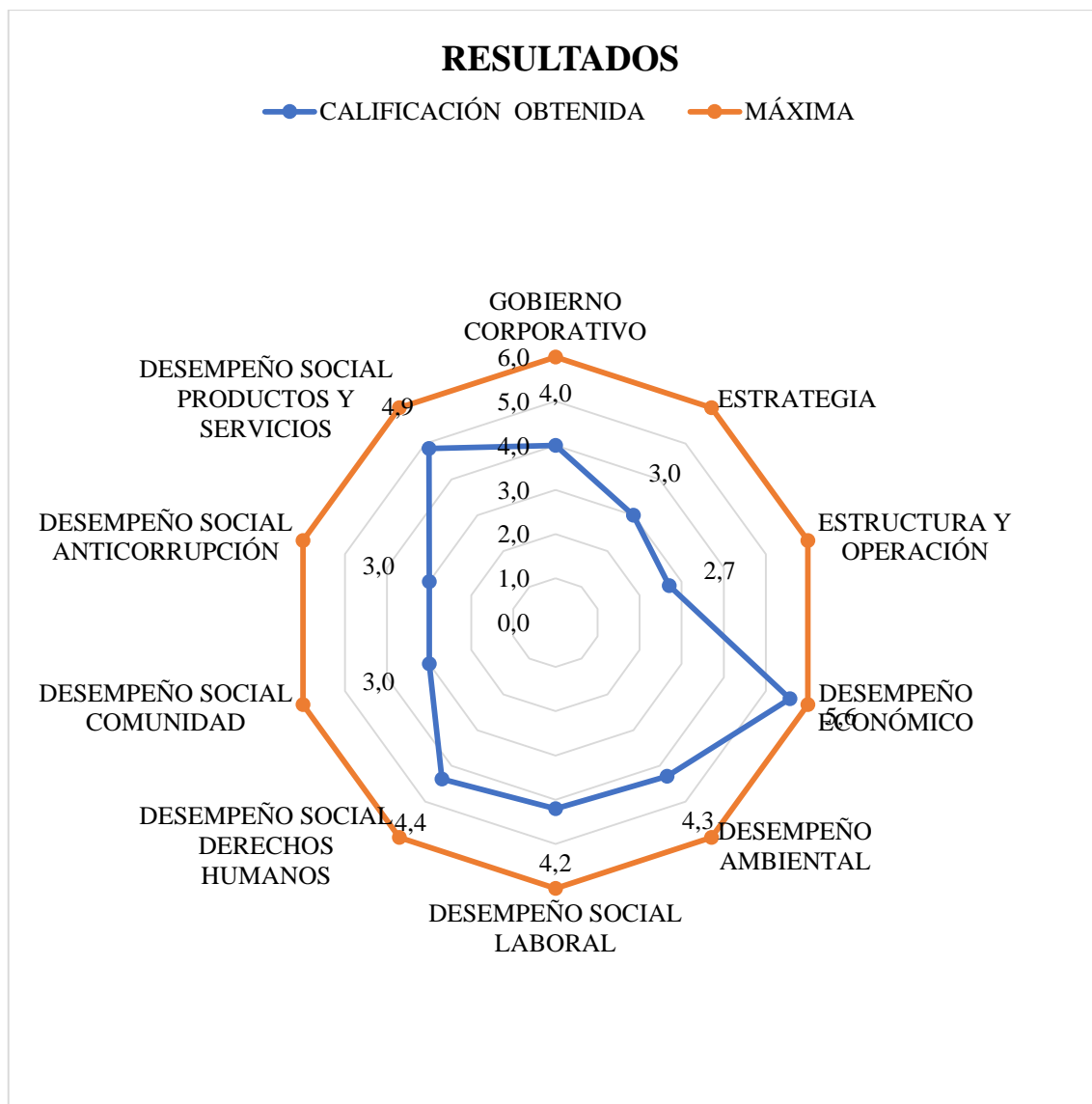


Gráfico 12-3: Relación entre la valoración ideal y la alcanzada por la empresa Burneoexport
 Elaborado por: Olivo, D. 2021

Las demás áreas que están en proceso o por implementarse acciones Responsabilidad Social Empresarial, se deben potencializar porque existe capacidades importantes sobre las cuáles establecer e iniciar acciones para cambiar esas realidades que se evidencian y al tomar la decisión de hacerlo construir una propuesta de inserción de la RSE como un componente estratégico real considerando proyecciones de inversión, expansión crecimiento en la que la empresa podría incursionar.

3.3. Resumen general del diagnostico

3.3.1. Análisis de los Stakeholders de la empresa (Grado de poder)

Se obtiene que los Stakeholder tiene poder ya que pueden llegar a influenciar en diferentes decisiones que se tomen dentro de la organización lo cual genera que en las organizaciones se

planteen y en ciertas ocasiones se fuerce a poder cambiar una decisión o tomar un camino diferente a lo ya establecido para el bienestar de la empresa.

Los autores se apoyaron en la categorización del sociólogo Amitai Etzioni (1964) que reconoce tres tipos de poder:

- **Coercitivo:** basado en el uso de la fuerza física, de la violencia, o de la prohibición de algún tipo.
- **Utilitario:** basado en la utilización de recursos materiales o financieros.
- **Normativo:** basado en la utilización de recursos simbólicos.

Para poder obtener un cálculo idóneo se utiliza una calificación en un rango de 0 entre 3 lo cual determinara el grado de sensibilidad de los recursos con los que la empresa cuente dando como resultado que una calificación de 0 lo cual se da un recurso insensible y por tanto con esta calificación los actores no cuenten con recursos necesarios para poder resolver problemas presentes en la organización y no tendrán ninguna influencia mientras que con una calificación de 3 se obtendrá un grado de influencia mayor ya que se contara con recursos necesarios para la resolución de problemas dentro de la organización

Tabla 6-3: Matriz de poder de los Stakeholders de BURNEOEXPORT

DIMENSIÓN	RECURSOS DE PODER								GRADO DE PODER
	MEDIOS COERCITIVOS		MEDIOS UTILITARIOS				SIMBOLICOS		
	FUERZA FISICA	ARMAS	MATERIALES Y FISICOS	FINANCIEROS	LOGISTICOS	TECNOLOGICOS E INTELECTUALES	RECONOCIMIENTO Y ESTIMA		
	GRADO DE SENSIBILIDAD DE LOS RECURSOS	3	0	3	3	3	2	3	
INTERNO	DIRECTIVOS			6,00	9,00	9,00	2,00	6,00	5.832
	TRABAJADORES	3,00		9,00		6,00	4,00	9,00	5.832
EXTERNO	CLIENTES				6,00	6,00		6,00	216
	PROVEEDORES			3,00	6,00	9,00	6,00	6,00	5.832
	COMPETIDORES	6,00			9,00	3,00			162
	GOBIERNO	3,00					6,00	6,00	108
	SOCIEDAD EN GENERAL	3,00							3
	COMUNIDAD-ENTORNO	9,00				3,00		3,00	81
									18.066

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Como se puede observar en la tabla con los stakeholders se destacan en mayor influencia son los directivos acompañados de los trabajadores y los proveedores lo cual se definen que estos grupos de interés tienen una mayor influencia dentro de la organización. Análisis de los Stakeholders de la empresa (Grado de Legitimidad)

Significado de legitimidad

Según Suchman (1995), la legitimidad es:

Es la presunción o percepción generalizada de que las acciones de un actor social (persona, organización, marca, símbolo, etc.) son deseables o apropiadas dentro de ciertos sistemas socialmente construidos de normas, valores, creencias y definiciones. Es evidente que este

concepto de legítimo como socialmente deseable, implica el reconocimiento de que los actores sociales no siempre tienen claramente definido lo que es deseable en ciertas circunstancias.

Para lograr medir el grado de legitimidad que poseen los Stakeholders en la empresa se procede a dar valores de 0 a 3 para otorgar cierto grado de deseabilidad de las acciones que pueden contribuir los Stakeholders a la organización. Entonces la puntuación 0 determina que las acciones que implementen determinados actores serán indeseables mientras que con la calificación de 3 las acciones serán altamente deseables y legítimas para la organización.

Mientras que para determinar el grado de deseabilidad entre los actores y la sociedad se otorgará el mismo valor siendo 0 serán indeseables y 3 altamente deseables y legítimas para la sociedad.

Tabla 7-3: Matriz de legitimidad de los Stakeholders de BURNEOEXPORT

DIMENSIÓN	GRADO DE DESEABILIDAD DE LOS ACTORES	NIVELES DE DESEABILIDAD		Grado de legitimidad total
		Para la organización	Para la sociedad	
INTERNA	DIRECTIVOS	3	2	6
	TRABAJADORES	3	2	6
EXTERNA	CLIENTES	2	2	4
	PROVEEDORES	3	2	6
	COMPETIDORES	1	2	2
	GOBIERNO	1	3	3
	SOCIEDAD EN GENERAL	1	3	3
	COMUNIDAD-ENTORNO	2	3	6
				36

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Como se puede observar en la tabla 6-3 el grado de deseabilidad de los actores que intervienen en esta organización se calcula mediante la multiplicación del grado de deseabilidad frente al actor que interviene y frente a la sociedad. Por tanto, la aplicación de esta calificación para los actores se define que el grado de legitimidad que posee mayor influencia en la organización de manera interna son Directivos y trabajadores mientras que con la sociedad son proveedores y la misma sociedad en general.

3.3.2. Análisis de los Stakeholders de la empresa (Grado de Urgencia)

Significado de Urgencia

Los Stakeholders tienen urgencia cuando se dan situaciones: cuando las demandas de Stakeholders requieren una atención inmediata y cuando resultan críticas. La urgencia por sí misma no puede determinar la jerarquía de un Stakeholder, pero no debe ser ignorado puesto que suele atraer la atención de otras partes del clúster (Baro, 2011).

Para medir la Urgencia de los Stakeholders; es necesario asignar valores de 0 a 3 para el Grado de Urgencia de los actores. Con relación a la sensibilidad temporal, asigne una puntuación de 0 para la baja sensibilidad (aceptación total de la demora) y 3 para alta sensibilidad (no aceptación del atraso). Para la criticidad, marque 0 para señalar factores no críticos (no implican pérdidas) y 3 para factores altamente críticos (implican pérdidas). El Grado de Urgencia Total de los actores se calcula por la multiplicación de los niveles de sensibilidad temporal y criticidad percibidos. Según los criterios definidos, un actor tendrá tanto más el atributo de urgencia cuanto más críticas y sensibles temporalmente sean sus demandas.(Mitchell, Agle, & Wood, 1997)

Tabla 8-3: Matriz de Urgencia de los Stakeholders de BURNEOEXPORT

DIMENSIÓN	GRADO DE URGENCIA DE LOS ACTORES	CRITERIOS DE URGENCIA		GRADO DE URGENCIA TOTAL
		SENSIBILIDAD TEMPORAL	CRITICIDAD	
INTERNO	DIRECTIVOS	3	3	9
	TRABAJADORES	2	3	6
EXTERNA	CLIENTES	3	3	9
	PROVEEDORES	3	2	6
	COMPETIDORES	1	2	2
	GOBIERNO	2	2	4
	SOCIEDAD EN GENERAL	1	2	2
	COMUNIDAD-ENTORNO	2	3	6
				44

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Como se puede observar en la tabla 7-3 los grupos de interés de Burneoexportse determina que los grupos de interés con mayor intensidad dentro de la organización son los directivos y los clientes que determinan un mayor cuidado y generan un grado mayor de urgencia por atención para el bienestar de la organización.

Por tanto, la identificación de los skateholders con las diferentes matrices de poder, legitimidad y poder se podrán consolidar para obtener valores ponderados la misma que se muestra a continuación:

Tabla 9-3: Matriz consolidada de Poder, legitimidad y urgencia

ACTORES	GRADO DE PODER		GRADO DE LEGITIMIDAD		GRADO DE URGENCIA		INDICE DE PREPONDERANCIA
	TOTAL	NORMALIZADO (A)/PODER	TOTAL	NORMALIZADO (B)/LEGITIMIDAD	TOTAL	NORMALIZADO URGENCIA (C)	
STAKEHOLDERS							
DIRECTIVOS	5.832,00	2,58	6	1,33	9	1,64	5,63
TRABAJADORES	5.832,00	2,58	6	1,33	6	1,09	3,76
CLIENTES	216,00	0,10	4	0,89	9	1,64	0,14
PROVEEDORES	5.832,00	2,58	6	1,33	6	1,09	3,76
COMPETIDORES	162,00	0,07	2	0,44	2	0,36	0,01
GOBIERNO	108,00	0,05	3	0,67	4	0,73	0,02
SOCIEDAD EN GENERAL	3,00	0,00	3	0,67	2	0,36	0,00
COMUNIDAD-ENTORNO	81,00	0,04	6	1,33	6	1,09	0,05
TOTAL	18.066,00	8,00	36	8,00	44	8,00	13,37
No. Actores	8		8		8		8
Promedio	2.258,25		4,50		5,50	1,00	1,67

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Para proceder a realizar el respectivo cálculo se procedió totalizar el grado de poder de los actores que intervienen directamente con la organización para poder identificar la media del grado de poder. Por ende, el valor totalizado del atributo para el actor se dará por el grado de poder del actor y el mismo se dividirá por la media y así se podrá identificar la calificación está en caso de ser mayor que 1 indicara que el grado de poder estará por encima de la media y si es menor de 1 el grado de poder se identificara por debajo de la media.

Para obtener el valor del grado de legitimidad y grado de poder se procederá a realizar el mismo procedimiento realizado para normalizar el grado de poder. Con esto se podrá comparar la importancia de los atributos llevándolos a la misma base de comparación. Los mismos pasos deberán ser aplicados para el cálculo del índice de preponderancia, que será una normalización del total de los diversos atributos.

En la siguiente tabla se procederá a mostrar la tabla consolidada y normalizada con los atributos de poder, legitimidad y urgencia además de los actores que intervienen en la organización.

Tabla 10-3: Valores Normalizados

DIMENSIÓN	TIPOS DE STAKEHOLDERS				TOTAL
	STAKEHOLDERS	PODER	LEGITIMIDAD	URGENCIA	
INTERNO	DIRECTIVOS	32,00	6	9	47,00
	TRABAJADORES	31,00	6	6	43,00
EXTERNO	CLIENTES	18,00	4	9	31,00
	PROVEEDORES	30,00	6	6	42,00
	COMPETIDORES	18,00	2	2	22,00
	GOBIERNO	15,00	3	4	22,00
	SOCIEDAD EN GENERAL	3,00	3	2	8,00
	COMUNIDAD-ENTORNO	15,00	6	6	27,00
PROMEDIO		20,25	4,50	5,50	30,25

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

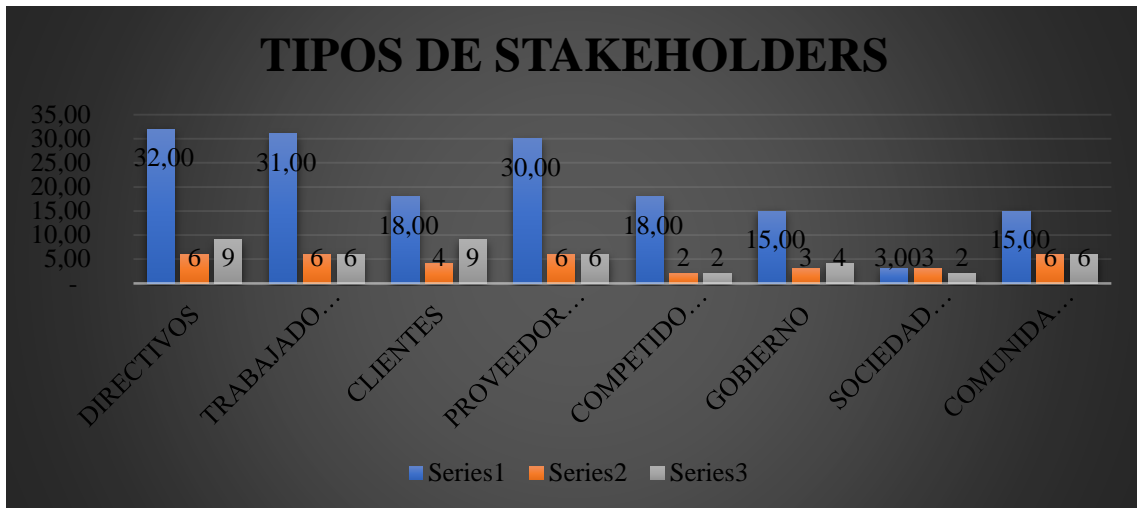


Gráfico 13-3: Atributos de los Stakeholders

Elaborado por: Olivo, D. 2021

El Modelo de Atributos y Prominencia establece que los Stakeholders que posean uno solo de los atributos tienen poca prominencia y deben ser considerados como latentes, los que posean dos atributos tienen prominencia media y deben ser considerados como expectantes, y los que tengan los tres atributos tienen gran prominencia y deben ser considerados como definitivos. (Mitchell, Agle y Wood.)

3.3.3. Stakeholders con sus atributos y variables

Una vez que se ha logrado obtener los diversos análisis de acuerdo a distintas tablas mostradas anteriormente se procede a realizar una tabla donde se identifica las variables de los Stakeholders según su grado de poder, legitimidad y urgencia mostrada a continuación:

Tabla 11-3: Clasificación de los Stakeholders según sus Atributos

ATRIBUTOS	TIPOS DE STAKEHOLDERS	STAKEHOLDERS IDENTIFICADOS	VARIABLES			
			PODER	LEGITIMIDAD	URGENCIA	
STAKEHOLDERS LATENTES	ADORMECIDOS	GOBIERNO	DIRECTIVOS	X	X	X
	EXIGENTES	GOBIERNO	TRABAJADORES	X	X	X
	DISCRECIONALES	GOBIERNO	CLIENTES			X
			PROVEEDORES	X	X	X
STAKEHOLDERS EXPECTANTES	PELIGROSOS	CLIENTES/COMUNIDAD-ENTORNO	COMPETIDORES			
	DOMINANTES	CLIENTES/COMUNIDAD-ENTORNO	GOBIERNO			
	DEPENDIENTES	CLIENTES/COMUNIDAD-ENTORNO	SOCIEDAD EN GENERAL			
			COMUNIDAD-ENTORNO		X	X
STAKEHOLDERS DEFINITIVOS	DEFINITIVOS	DIRECTIVOS TRABAJADORES PROVEEDORES				

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Olivo, D. 2021

Como se puede observar en la tabla 10-3 se ha procedido a identificar los respectivos atributos de los Stakeholders latentes, Expectantes y Definitivos con su respectiva clasificación por lo cual se identificó que el gobierno pertenece al atributo latente, los clientes y comunidad a los expectantes y los directivos, trabajadores y proveedores están en los definitivos mismos grupos de interés que están presentes en la organización de manera interna y externa.

Además, nos indica que mediante el análisis y el muestreo rápido de los Stakeholders se identifican los grupos de interés que más prioridad deben tratarse en la organización para un mejor desempeño y contribuir a ser una empresa socialmente responsable se identifica a los directivos, trabajadores, clientes, proveedores y comunidad.

Es importante resaltar que para poder profundizar con los mencionados grupos de interés se lo deberá realizar por la organización al momento que decidan implementar la gestión de RSE por tanto solo se establecerá los intereses y la importancia que dichos grupos de interés atribuyan a la organización

También esta información contribuirá como un insumo para fortalecer la propuesta a plantearse en el trabajo de titulación y las posibles soluciones que se podrán implementar cuando la organización decida insertar el modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

3.4. Propuesta

3.4.1. *Objetivos del plan de Responsabilidad Empresarial*

General

- Fomentar a la organización a implementar RSE para trabajar con responsabilidad y armonía sostenible en el ámbito social, económico y medioambiental en pro de la organización y los grupos de interés tanto externo como interno.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa en términos de Responsabilidad Social.
- Implementar acciones que proyecten a la empresa BurneoExport como una empresa líder Socialmente Responsable.
- Realizar un seguimiento mediante los indicadores establecidos para cada acción implementada en la empresa BurneoExport.

3.4.2. Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo para la RSE

Tabla 12-3: Gobierno Corporativo

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
ALTA	No han identificado, definido y se declaran expresamente los principios y valores corporativos	Crear un código de ética	Generar un mejor ambiente laboral con principios y valores expresados en un Código de Ética	Gerente	6 meses	\$ 150,00	Documento de aprobación del Código de ética.
	Las estructuras de gobierno no informan claramente sobre composición, participantes y mecanismos de comunicación	Generar reportes de sostenibilidad para todos los interesados	Generar confianza en los Stakeholders	Presidente	3 meses	\$ 150,00	Nivel de información para Stakeholders = (# de reportes/ Acciones de sostenibilidad) *100
	Los órganos de gobierno no cuentan con políticas que promuevan el reconocimiento, evaluación y satisfacción de las opiniones y expectativas de los diferentes grupos de interés	Crear una evaluación postventa	Evaluar la calidad de los productos y servicios para un mejoramiento posterior	Gerente	1 mes	\$ 400,00	Encuestas
MEDIO	No están definidas las políticas para evitar cualquier tipo de discriminación en la constitución de sus órganos de gobierno	Implementar políticas en el Reglamento Interno que evite cualquier tipo de discriminación	Mejorar el entorno laboral con los Stakeholders interno y externos	Junta Directiva, Presidente y Gerente	5 años	\$ 400,00	Nivel de discriminación = (# personas discriminadas / # de empleados) * 100
	No cuenta con mecanismos para promover los principios y valores entre su personal y demás relacionados	Capacitar sobre el Código de ética		Gerente	3 meses	\$ 200,00	Nivel de promoción de valores = (# de capacitaciones en el año /4 [veces en el año]) * 100
COSTO TOTAL						\$ 1.300,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.3. Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Estrategia para la RSE

Tabla 13-3: Estrategia

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
ALTA	Los objetivos estratégicos no incluyen metas sociales y ambientales	Implementar en el Plan Estratégico de la Empresa objetivos estratégicos que incluyan metas sociales y ambientales	Convertir a la organización en una empresa con responsabilidad Social	Junta Directiva, presidente y Gerente	1 año	\$ 150,00	Plan Estratégico
	No se han creado incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño social y ambiental de la organización	Crear un programa de incentivos económicos y no económicos que permitan mejorar los desempeños sociales y ambientales de la organización.	Mejorar el desempeño social y ambiental de la organización.	Gerente	3 meses	\$ 200,00	Nivel de incentivos = (# de acciones extracurriculares por empleado / # global de acciones extracurriculares) * 100 [% por empleado]
	No se ha vinculado a iniciativas o programas que promueven la responsabilidad social	Desarrollar un plan de Responsabilidad Social Empresarial	Convertir a la organización de una empresa socialmente responsable	Junta Directiva, Presidente y Gerente	1 año	\$ 600,00	Plan de Responsabilidad Social Empresarial
	No se identifican, ni comunican a todos los niveles el compromiso social y ambiental de cada uno de los procesos de la organización	Realizar reuniones con todos los colaboradores de la empresa, donde se transmita el compromiso social y ambiental de cada proceso de la organización	Evidenciar un compromiso social y ambiental en todos los colaboradores y trabajadores	Gerente	4 meses	\$ 0,00	Nivel de comunicación sobre compromiso social y ambiental = (# de reuniones / 3 [veces en el año]) * 100
MEDIO	La misión y la visión de la empresa no incluyen un compromiso explícito con los diferentes grupos de interés	Realizar un mapeo de Stakeholders, usando el modelo de Mitchell. Para incluir un compromiso explícito en la misión y visión empresarial	Medir los grados de poder, legitimidad y urgencia de cada uno de los Stakeholders.	Junta Directiva, presidente y Gerente	3 meses	\$ 200,00	Mapeo de Stakeholders mediante el modelo de Mitchell hay sido aprobado
COSTO TOTAL						\$ 1.150,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.4. Propuestas de temas prioritarios para generar Buenas Prácticas de Estructura y Operación para la RSE

Tabla 14-3: Estructura y Operación

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
ALTA	No se cuenta con metas sociales y ambientales para los principales procesos y actividades críticas de la organización	Establecer metas sociales y ambientales para las actividades críticas de la organización	Medir el desempeño social y ambiental de las actividades críticas de la organización	Delegado de la RSE	6 meses	-	Nivel de cumplimiento de metas = (# de metas ejecutadas / # de metas establecidas) * 100
	No se han designado responsables para el cumplimiento de las metas sociales y ambientales	Delegar a una persona para el seguimiento del cumplimiento de la Responsabilidad Social	Incentivar la Responsabilidad Social Empresarial	Gerente	1 año	\$ 1.000,00	Nivel de seguimiento = (# de informes de seguimiento / # de metas establecidas) * 100
	No se cuenta con un mecanismo de formación y entrenamiento para el adecuado desempeño social y ambiental de los principales procesos y actividades críticas	Crear mecanismos de formación y entrenamiento para la RSE	Practicar constantemente la Responsabilidad Social Empresarial	Presidente, Gerente y Delegado de la RSE	1 año	\$ 1.500,00	Creación de mecanismos de formación y entrenamiento para la RSE
	No se cuenta con metas sociales y ambientales para socios de negocio (proveedores, distribuidores, alianzas estratégicas, representantes de ventas)	Crear metas de responsabilidad social para los socios del negocio			6 meses	\$ 500,00	Nivel de cumplimiento de metas socios = (# de metas ejecutadas por socio / # de metas establecidas para cada socio) * 100
	No se está vinculando ninguna iniciativa de comunicación, ni reporte de las actividades socialmente responsables que organiza la empresa	Generar reportes de las actividades de RSE para informar a Stakeholders internos y externos	Obtener transparencia sobre las prácticas de RS de la organización con los Stakeholders	Delegado de la RSE	1 año	\$ 0,00	Nivel de cumplimiento de actividades = (# de reportes / # de actividades planificadas)
COSTO TOTAL						\$ 3.000,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.5. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Ambiental Socialmente Responsable

Tabla 15-3: Desempeño Ambiental

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
MEDIO	No se ejecutan acciones para el manejo y mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero, sustancias destructoras de la capa de ozono y otras emisiones significativas	Crear proyectos tales como: Plan de tratamiento de desechos, plan de reducción de plástico y tratamiento de conservación de los productos amigables con el medio ambiente.	Mejorar la gestión de desechos comunes y la mitigación de materiales utilizados en el producto en pro del medio ambiente.	Directivos	3 años/constante	\$ 3.000,00	Aprobación de los directivos del Plan de tratamiento de desechos, plan de reducción de plástico y tratamiento de conservación de los productos amigables con el medio ambiente
	No se ejecutan acciones para el manejo y la reducción de residuos	Elaborar el Plan de Gestión Integral de los Residuos e implementarlo de manera gradual.	Cumplir con la gestión de recolección y tratamiento de los desechos que se genera con la actividad que desempeña la organización.	Directivos	3 años/constante	\$ 1.890,00	Nivel de manejo y reducción de residuos = # de acciones para el manejo de desechos ejecutados / # de acciones para el manejo de desechos planificados) * 100
	No cuenta con mecanismos que aseguran el cumplimiento de la legislación ambiental	Establecer indicadores para la medición de cumplimiento del cuidado ambiental	Cumplir con las especificaciones del cuidado ambiental según las normativas vigentes.	Gerente.	1 año/ aplicación constante	\$ 0,00	Gestión de Residuos peligrosos % de uso de combustible de transporte terrestre E coeficiencia en el transporte Medición de permisos ambientales: Permisos. = [Permisos. Obtenidos/ Permisos. requeridos] * 100 Desempeño ambiental empresarial: (No. de Programas de Gestión Ambiental Eficaces / No Total de Programas de Gestión Ambiental) *100 Obligaciones legales ambientales: No de Sanciones y Multas Ambientales

	Mecanismos que aseguren el cumplimiento de la legislación ambiental, y asuma la responsabilidad por los impactos derivados de la operación	Elaborar un plan de acción de RSE basado en normas nacionales e internacionales, para el cumplimiento de la normativa ambiental.	Cumplir con las normativas vigentes de cuidado ambiental y cuidado de los Stakeholders externos.	Gerente.	5 años/ aplicación constante	\$ 500,00	Aprobación del plan de acción de RSE
	Mecanismos de prevención y minimización de riesgos y accidentes generados por: ruido, olor, luz, vibraciones y contaminación del suelo en el lugar en que opera.	Crear un plan de riesgos para la organización y prevención de accidentes.	Reducir el riesgo de accidentes laborales en la organización.	Gerente, Asistente Administrativo	1 año/ aplicación constante	\$ 0,00	Aprobación de un plan de riesgos para la organización y prevención de accidentes.
COSTO TOTAL						\$ 5.390,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.6. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Laboral Socialmente Responsable.

Tabla 16-3: Desempeño Social Laboral Socialmente Responsable

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
MEDIO	Mecanismos para asegurar la diversidad e igualdad de oportunidades de los trabajadores.	Cumplimientos de normativa legal e igualdad de género sin discriminación por raza, color o etnia	Cumplir con la diversidad de oportunidades laborales de acuerdo con la normativa vigente.	Directivos. Gerente	5 años/constante	\$ 0,00	Nivel de discriminación= (# de empleados discriminados / # de empleados) * 100
	Mecanismos formales, para prevenir situaciones de hostigamiento en el lugar de trabajo a nivel físico, verbal, sexual, psicológico otros.	Crear un código de ética y Capacitación de temas de hostigamiento y acoso laboral.	Prevenir situaciones de hostigamiento laboral	Directivos. Gerente	5 años/constante	\$ 500,00	Nivel de capacitación sobre hostigamiento = # de empleados que asisten a la capacitación / # de empleados) * 100
	Cuenta con mecanismos para informar y participar al personal sobre cualquier cambio que los pueda afectar.	crear un plan y modelo de comunicación interna de los cambios que se puedan efectuar en la organización	Mantener a la organización informada y actualizada con la información de relevancia que se pueda tomar por el nivel directivo.	Accionistas, Directivos, Gerente	5 años/constante	\$ 0,00	Verificación de la creación del Plan y modelo de comunicación interna
	Se ejecutan acciones de promoción, formación y capacitación de los trabajadores.	Contar con capacitaciones constantes de los trabajadores.	Establecer personal altamente capacitado para el cumplimiento de objetivos organizacionales	Gerente	6 meses/constante	\$ 1.000,00	Nivel de capacitación = # de capacitaciones ejecutadas / # de capacitaciones planificadas) * 100
	Se llevan a cabo estrategias para garantizar la salud y la seguridad de los trabajadores	Crear protocolos de seguridad y cumplir con lo que la ley establece en cuidado de los trabajadores.	Contar con un ambiente laboral seguro y de bienestar.	Gerente	5 años/constante	\$ 1.000,00	Nivel de cumplimiento de protocolos de salud y seguridad = (# de certificados sobre salud y seguridad obtenidos por los empleados / # de trabajadores) * 100
COSTO TOTAL						\$ 2.500,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.7. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Derechos Humanos

Tabla 17-3: Desempeño Social Derechos Humanos

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
MEDIO	Cuenta con una política de respeto a los derechos humanos y mecanismos de evaluación y control.	Creación de un código de ética e implementación de indicadores de evaluación y control	Cumplir con las bases fundamentales del respeto a los derechos humanos en la organización	Gerente	5 años	\$ 0,00	Nivel de control del respeto a los derechos humanos= (# de casos donde se violan los derechos humanos # de empleados de la empresa) *100
	Se implementan programas de formación para empleados sobre los aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades	Dar capacitaciones respecto a los derechos humanos para cumplimiento de sus actividades	Contar con personal altamente capacitado en materia de derechos humanos para contar con un mejor desempeño.	Gerente	1 año/Continuo	\$ 1.000,00	Encuesta sobre la satisfacción de estas capacitaciones
	Existen canales de comunicación eficientes que permitan identificar, investigar y dar solución a riesgos o violaciones	Contar con reuniones periódicas donde se pueda evaluar la aplicación de derechos humanos en la organización	Cumplir con el respeto con los derechos humanos en la organización	Directivos, Gerente	3meses/continuo	\$ 0,00	Entrevistas con cada empleado que permita evaluar la aplicación de derechos humanos en la organización

	relacionadas con los derechos humanos.						
	Se realizan procesos de evaluación que determinen si se están respetando los derechos humanos de los trabajadores.	Crear indicadores que determinen la evaluación y cumplimiento de los derechos humanos	Promover la protección y ampliación de los Derechos Humanos en los trabajadores de la organización	Directivos, Gerente	3meses/continuo	\$ 0,00	Nivel de incumplimiento de los derechos humanos = (# de denuncias sobre el irrespeto de los derechos humanos de los trabajadores # de trabajadores de la empresa) * 100
	Selección y contratación de proveedores, contratistas o distribuidores.	Crear políticas para la selección y contratación de proveedores, con base en los derechos humanos.	Cuidado de la imagen institucional, como empresa socialmente responsable.	Accionistas, Directivos, Mandos medios.	Aplicación Constante	\$ 0,00	Documentos que evidencien el concurso para la selección y contratación de proveedores, contratistas o distribuidores
COSTO TOTAL						\$ 1.000,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.8. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Comunidad

Tabla 18-3: Desempeño Social Comunidad

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
ALTA	Mecanismos para promover el acceso a educación, servicios sociales e infraestructura para las comunidades de área de influencia	Crear programas de RSE; para promover el acceso a educación, servicios sociales e infraestructura para las comunidades de su entorno o área de influencia.	Colaborar con el desarrollo de las comunidades y establecer buenas relaciones con la comunidad.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	5 años/aplicación constante	\$ 2500	Nivel de educación gracias a la RSE = (# de personas con acceso a la educación / población de la comunidad) * 100
MEDIO	Acciones que fomenten la generación de relaciones constructivas con las comunidades del área de influencia evaluando el impacto de sus operaciones	Concretar vínculos que viabilicen relaciones sanas con las comunidades del entorno.	Ser una empresa socialmente responsable y comprometida con su entorno.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	De inmediato.	\$ 0	Nivel de comunicación con la comunidad = (# de reuniones con los presidentes de cada comunidad /# de presidentes en total de las comunidades del entorno) * 100
	Acciones que fomenten las relaciones colaborativas y transparentes con	Establecer acuerdos de cooperación en las necesidades mutuas que se generen.	Consolidar una imagen organizacional responsable que se	Junta Directiva, Presidente & Gerente	De inmediato.	\$ 0	Nivel de cooperación = (# de metas sobre acuerdos con los gobiernos locales, regionales o nacionales

	los gobiernos locales, regionales o nacionales		interesa por el bienestar común.				firmados / # de metas sobre acuerdos con los gobiernos locales, regionales o nacionales planificados) * 100
	Mecanismos para respetar las tradiciones, cultura y tejido social de las comunidades del área de influencia o comunidades con cualquier tipo de relación	Promover acciones culturales que identifiquen a los orígenes de sus colaboradores y grupos de interés.	Mostrar interés por el bienestar social y cultural de sus grupos de interés.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	De inmediato.	\$ 200	Entrevistas a los jefes / presidentes de las comunidades con cualquier tipo de relación con la empresa
	Mecanismos para respetar y desarrollar fuentes alternativas de ingresos a las comunidades de área de influencia	Viabilizar programas de desarrollo de ingresos alternativos para mejorar la calidad de vida de sus grupos de interés.	Colaborar con el desarrollo local de su área de influencia.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	De inmediato.	\$ 300	Nivel de mecanismo de fuentes alternativas de ingreso = # de programas de desarrollo de ingresos alternativos ejecutados / # de programas de desarrollo de ingresos alternativos planificados) * 100
COSTO TOTAL						\$	
						3,000.00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.9. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Anticorrupción

Tabla 19-3: Desempeño Social Anticorrupción

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
MEDIO	Políticas para evitar el soborno y la corrupción en cualquiera de sus formas	Implementar programas anticorrupción. Evaluar riesgos. Programa de denuncias, sanciones y recompensas.	Evitar la corrupción en todos los niveles de la empresa.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	0-3 años/Aplicación constante	\$ 1000	Nivel de corrupción en la empresa = (# de denuncias de corrupción / # de empleados de la empresa) * 100
	Programas de capacitación para los empleados en procedimientos anticorrupción, directrices de operación y sanciones	Realizar capacitaciones a los colaboradores para evitar acciones de corrupción.	Minimizar el riesgo ante posibles actos de corrupción.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	0-3 años/Aplicación constante	\$ 500	Nivel de concientización = (# de capacitaciones ejecutadas sobre corrupción / # de capacitaciones programadas sobre corrupción) * 100
	Canales de comunicación adecuados para identificar y corregir riesgos y situaciones de corrupción	Establecer canales seguros para denuncias de actos de corrupción.	Evitar al máximo el cometimiento de actos de corrupción.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	0-3 años/Aplicación constante	\$ 200	Número de denuncias por actos de corrupción

	Mecanismos de selección y contratación de proveedores, contratistas o distribuidores con base en políticas anticorrupción	Definir estrategias que permitan el escogimiento transparente y justo de proveedores.	Cumplir con las acciones de contratación de proveedores sin distinción y discriminación.	Asistente Administrativo y Caja	0-5 años/Aplicación constante	\$ 0	Aplicación de políticas de anticorrupción como requisito para su selección
	Estrategias para evitar prácticas monopolísticas y desleales con la competencia	Cumplimiento de la normativa legal.	Ser una empresa socialmente responsable.	Junta Directiva, Presidente & Gerente	0-5 años/constante	\$ 0	Encuestas de satisfacción evitando prácticas monopolísticas ni desleales
COSTO TOTAL						\$ 1,700.00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

3.4.10. Propuestas De Temas Prioritarios Para Generar Buenas Prácticas De Desempeño Social Productos y Servicios

Tabla 20-3: Desempeño Social Productos y Servicios

PRIORIDAD	HALLAZGO	ACCIONES	OBJETIVO	RESPONSABLE /ALCANCE	PERIODICIDAD	COSTO	INDICADOR EVALUACIÓN
MEDIO	Procesos para evaluación de riesgos de los productos, garantizando la seguridad en el diseño y componentes utilizados, libre de materiales tóxicos y eficientes en el uso	Implementar estrategias de evaluación para los productos.	Llevar a cabo una producción responsable de los productos.	Gerente & Asistente Administrativo y Caja	5 años/constante	\$ 400	Nivel de riesgo del producto = (% de componentes considerados tóxicos / % total de los componentes de cada producto)
	Acciones para asegurar la promesa de venta, la adecuada respuesta a quejas y reclamos, y el servicio postventa para los clientes, usuarios y/o consumidores teniendo en cuenta sus expectativas	Elaborar mecanismos que permita a la empresa ser socialmente responsable con sus obligaciones y sus colaboradores.	Lograr un buen desempeño de sus productos con sus clientes.	Gerente & Asistente Administrativo y Caja	De inmediato.	\$ 100	Encuestas de satisfacción a los clientes para una posterior implementación de mejoras en los productos
	Acciones para capacitar a los consumidores sobre el uso, medidas de	Realizar capacitaciones para dar a conocer las bondades y peligros sobre los productos de	Consolidar una imagen corporativa competitiva y amigable de la organización con sus	Gerente & Asistente Administrativo y Caja	De inmediato.	\$ 200	Nivel de capacitación a clientes = (# de propagandas sobre los productos explicando sus

	seguridad, peligros e impactos de los productos y/o servicios ofrecidos	la empresa así como su adecuado uso.	consumidores a través de sus productos.				beneficios y peligros, ejecutados / # de propagandas sobre los productos explicando sus beneficios y peligros, programados) * 100
	Mecanismos para incluir en el diseño, materiales y suministros de los productos y/o servicios criterios que permitan el reciclaje, la reutilización, la reducción, la recuperación o el rechazo	Fomentar buenas prácticas ambientales para una sana convivencia de las personas con el entorno.	Promover acciones de reciclaje, rutilación y recuperación del ambiente.	Gerente & Asistente Administrativo y Caja	De inmediato.	\$ 100	Nivel de buenas prácticas = (# de productos que lleven en sus etiquetas criterios de reciclaje, reutilización, reducción y recuperación /# de productos elaborados en la empresa) * 100
	Acciones para informar y educar a los consumidores sobre el impacto de su consumo y las medidas para reducirlo	Realizar campañas de información sobre el consumo de los productos y sus contradicciones.	Colaborar con la buena salud de los consumidores.	Directivos. Administrativos. Empleados. Proveedores	5 años/constante	\$ 50	Nivel de campañas a clientes = (# de campañas ejecutadas / # de campañas programadas) * 100
COSTO TOTAL						\$ 850,00	

Elaborado por: Olivo, D. 2021

CONCLUSIONES

- La empresa BurneoExport cuenta con acciones de responsabilidad social corporativa que realiza de acuerdo con los alcances de sus actividades productivas. Pero aquellas acciones todavía esperan ser completadas y fortalecidas para un resultado de acuerdo con las expectativas de las partes, siendo así que no se ha logrado identificar acciones de compromiso con los grupos de interés que rodean a la empresa de manera externa e interna para un mejor desenvolvimiento y cumplimiento de objetivos organizacionales.
- Mediante el levantamiento óptimo de información de la empresa BurneoExport se pudo determinar que la empresa no cuenta con estrategias que son eficientes y sostenibles y que contribuyen a relacionarse con los grupos de interés de la organización por tanto se procede a realizar un análisis óptimo de la organización y establecer un plan de Responsabilidad Social Empresarial para ser aplicado y contribuir a la consecución de los objetivos y metas organizacionales.
- En conclusión, los colaboradores de la empresa a través de este Plan de Responsabilidad Social Empresarial encontrarán acciones que promuevan la sostenibilidad de la organización y el entorno en el que esta se desempeña. Entonces la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la compañía de exportación de cacao Burneoexport ubicada en Santo Domingo provee herramientas útiles como el diagnóstico organizacional que viabilizaría y consolidaría a la empresa en su afán por implementar programas mejorados y estandarizados de RSE.

RECOMENDACIONES

- La empresa BurneoExportdebera implementar programas de responsabilidad social enfocados y adecuados a la organización, puesto que son estrategias importantes al momento de buscar una apropiada convivencia con sus grupos de interés y en general con su zona de influencia. El Plan de Responsabilidad Social Empresarial al ser un punto de partida para cambiar aquella realidad también se debe utilizar como una guía metodológica que permita a la organización realizar mejoras continuas apoyadas en el diagnóstico realizado en este trabajo de investigación.
- La empresa BurneoExportdeberá diseñar mejores estrategias para la empresa a partir del completo acceso a la información y su previa valoración de las falencias y fortalezas, y a través de este Plan de RSE que podrá ser utilizando como una ayuda metodológica o un punto de inicio para aquellas gestiones que ayuden a la organización a optar por trabajar responsablemente en su zona donde desempeña sus funciones.
- Finalmente, este Plan de Responsabilidad Social Empresarial contiene acciones de sostenibilidad organizacional y estabilidad para sus colaboradores, pero debería ser la empresa en su conjunto quien alcance aquella sostenibilidad deseada para la tranquilidad de las personas que son parte de este entorno denominado BurneoExport, de acuerdo con el diagnóstico y las posibles soluciones que en el Plan de RSE se plantean, la organización podrá optar por un desarrollo adecuado y mejoradolas actividades se podrá llegar a una convivencia sana en el entorno y con los grupos de interés.

GLOSARIO

Acción social: Conjunto de actividades filantrópicas que realizan las empresas y organizaciones. (Cemefi, s.f.)

Alianzas estratégicas: Iniciativas conjuntas, coordinadas por los sectores gubernamental, comercial y civil, en los que cada uno contribuye con recursos esenciales (financieros, humanos, técnicos, informativos y políticos) y participa en el proceso de toma de decisión, creando sinergias que potencien la utilización de los recursos. (Corresponsables, 2017)

Beneficio social: Prestaciones que brinda el empleador al trabajador y que tienen como objeto mejorar la calidad de vida de éste. (Up-spain.com, s.f.)

Empresa responsable y sostenible: Aquella que, basándose en un comportamiento ético y respetuoso con las diferentes sensibilidades culturales, crea valor sostenible; es decir, valor económico, ambiental y social a corto y largo plazo. (Corresponsables, 2017)

Ética de la empresa: Conjunto de valores éticos que asume una empresa y que permiten evaluar moralmente su comportamiento tanto interno como externo (Gamarra, G, 2015)

Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial: Reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos. (Corresponsables, 2017)

Impacto ecológico: Se refiere a una medida de las exigencias de los humanos sobre la naturaleza, lo cual compara el consumo humano de los recursos renovables del planeta con la capacidad ecológica de la tierra para regenerarlos. (Corresponsables, 2017)

Indicador de desempeño social: Variable o media relacionada con los impactos que una organización causa en los sistemas sociales dentro de los que actúa, y que se refieren a prácticas laborales, derechos humanos, acción social. (Corresponsables, 2017)

Inversión socialmente responsable, inversión RSE: Aquel al que a los tradicionales criterios financieros añade criterios sociales y ambientales. Es decir, es la inversión que restringe su universo al de las empresas capaces de acreditar buenas prácticas en materia de RSE. (Corresponsables, 2017)

ISO 9001: Norma internacional que define los estándares que deben cumplir los Sistemas de Gestión de la Calidad de las organizaciones de cara a una certificación por un organismo acreditado externo independiente. (ISO TOOLS, 2018)

Plan estratégico ambiental: Programa que establece los objetivos y las líneas de actuación en materia ambiental. Se concreta en proyectos que implican mejoras en términos de eficiencia ecológica y ambiental en las diferentes áreas de negocio de la empresa. (Corresponsables, 2017)

Política ambiental: Se define como las leyes y reglamentos que una organización se orienta para compromiso del cuidado y pro del medio ambiente y generar un comportamiento ambiental óptimo mediante la implementación de objetivos y metas ambientales. (EcologiaVerde.com)

Plan de acción social: Conjunto de principios, políticas, programas, estrategias y acciones de una empresa en relación a su colaboración con las comunidades donde opera. (Corresponsables, 2017)

Plan de responsabilidad social: Conjunto de principios y acciones que se establece dentro de una institución para generar valor hacia los grupos de interés tanto externo como interno. (Corresponsables, 2017)

Plan estratégico: Se refiere a un conjunto de políticas y acciones que se desarrollan dentro de una organización para lograr el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales en un tiempo determinado. (Corresponsables, 2017)

Sostenibilidad: Compromiso medioambiental y equilibrio en el reparto de beneficios entre los actores del territorio, integrando los intereses legítimos de todas las partes, buscando espacios de confluencia y no de conflicto de intereses. (Corresponsables, 2017)

Transparencia: Expresión clara y permanente del comportamiento de una empresa en lo que respecta al cumplimiento de todos sus objetivos y relaciones con sus grupos de interés.

Valoración sostenible: Está dirigida a promover el desarrollo sostenible a través de la integración social, el medioambiente y la economía. (Corresponsables, 2017)

Ventaja competitiva sostenible: Capacidad de una empresa para obtener, mediante la utilización de sus activos estratégicos, mejores resultados que sus competidores en un mismo escenario y de forma persistente. (Corresponsables, 2017)

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, A. (2012). *La Gestion de los Stakeholders_Analisis_de_los_diferentes_modelos* . Obtenido de https://www.academia.edu/28407734/La_Gestion_de_los_Stakeholders_Analisis_de_los_diferentes_modelos
- Altamirano , A. (2018). *Identificación de los stakeholders y conflictos de interés en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3579/357959312005/html/index.html>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3ª ed.). México: Patria
- Barrio, E. (2016). *La gestión de la responsabilidad social corporativa. El caso Unilever España*. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/384844/ebf1de1.pdf?sequence=1&isAllow>
- Cajiga, J. (2015). *El concepto de responsabilidad socialempresarial*. Obtenido de: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Correa, J. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre Económico*, Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>
- Cueva , M., Montecel , J., & Viera , M. (2017). Proceso de identificación de stakeholders de programas de educación Financiera del Ecuador . *Innova Research Journal*, 31- 41.
- EKOS. (2012). *Responsabilidad social en el Ecuador* Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/responsabilidad-social-en-ecuador>
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Club Universitario.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología De La Investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Lafuente , C., & Marín, A. (2008). *Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>
- Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). “Towards a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of Who and What Really Counts”. *Academy of Management Review*.
- Montañez, G., & Gutiérrez, S. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial desde el Enfoque de los grupos de Interes*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=652147>
- Moreno , R. (2015). *Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores* . Obtenido de <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf>

- Navarro, L. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela*. Obtenido de [https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828011/html/index.html#:~:text=\(2008\)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20\(p.](https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828011/html/index.html#:~:text=(2008)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20(p.)
- Organización Internacional de Estandarización. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Rojas, I. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Rubio, G., & Fierro, F. (2016). *La RSE: una teoría, diferentes Visiones aplicadas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403474>
- Ruiz, M., & Tamayo, C. (2019). *El doble rol de la Responsabilidad Social Empresarial en los medios de comunicación*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000300014&lang=es
- Tamayo, M. (2003). *Proceso de Investigacion Cientifica*. Mexico: Grupo Noriega Editores.

ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

GOBIERNO CORPORATIVO				
ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
1.1 Cuenta con mecanismos para identificar y dar cumplimiento a las leyes y regulaciones aplicables a su giro de negocio		4	Código de Trabajo	
1.2 Cuenta con órganos de gobierno y control formalmente constituidos y que operan en la actualidad (Asamblea, Consejos, Junta General, Directorio, ...)		4	Acta de Constitución legal y organigramas de la empresa	
1.3 Cuentan con políticas para evitar cualquier tipo de discriminación en la constitución de sus órganos de gobierno		4	Código de Trabajo, Organigramas	
1.4 Se han identificado, definido y se declaran expresamente los principios y valores que la rigen		1	No dispone de código de ética	Hay evidencias de acciones informales
1.5 Cuenta con mecanismos para promover los principios y valores entre su personal y demás relacionados		4	No dispone de código de ética	Se realizan reuniones de concientización
1.6 Cuenta con mecanismos para evaluar y controlar el respeto por los principios y valores de la organización		4	No cuenta con un sistema exclusivo para evaluar y controlar el respeto hacia los principios y valores de la organización.	Pero se controla con el código de trabajo y ley de compañías.

Fuente: BurneoExpor

Elaborado por: Damián Olivo 2021

ANEXO B: CUESTIONARIO A LOS GRUPOS DE INTERÉS

DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA:
 PRODUCTOS:
 UBICACIÓN:
 NOMBRE DEL (LA) GERENTE:
 FECHA (S) DE LA TOMA DE INFORMACIÓN:

INSTRUCCIONES: El auto diagnóstico contiene 5 aspectos a calificar. Cada aspecto está compuesto por 16 preguntas. Responde cada pregunta con una X de acuerdo a la descripción detallada a continuación.

TALENTO HUMANO

PARÁMETROS	SI	EN PROCESO	NO
1 ¿Establece contratos de trabajo por escrito con sus colaboradores?	X		
2 ¿Tiene una política que prohíbe el trabajo infantil?			X
3 ¿Cuenta con reglamento interno de trabajo?	X		
4 ¿Tiene una política de contratación que fomenta la igualdad de oportunidades?			X
5 ¿Tiene una política de derechos humanos, que incluya una manifestación expresa del compromiso de cumplir con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?			X
6 ¿Los criterios utilizados para selección de personal están exentos de prácticas discriminatorias?			X
7 ¿Mantiene un sistema de inclusión socio laboral para discapacitados?			X
8 ¿Existe un balance adecuado entre el tiempo de trabajo y el tiempo para la familia y el descanso?	X		
9 ¿Realiza encuestas de clima laboral anualmente?			X
10 ¿Ofrece flexibilidad de horario para asuntos particulares de sus colaboradores? (eventos de los hijos, emergencias, estudios, etc.)	X		

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO C: CUESTIONARIO DEL GOBIERNO CORPORATIVO

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
1.1 Cuenta con mecanismo para identificar y dar cumplimiento a las leyes y regulaciones aplicables a su giro de negocio			.	
1.2 Cuenta con órganos de gobierno y control formalmente constituidos y que operan en la actualidad (Asamblea, Consejos, Junta General, Directorio, ...)				
1.3 Cuentan con políticas para evitar cualquier tipo de discriminación en la constitución de sus órganos de gobierno				
1.4 Se han identificado, definido y se declaran expresamente los principios y valores que la rigen				
1.5 Cuenta con mecanismos para promover los principios y valores entre su personal y demás relacionados				
1.6 Cuenta con mecanismos para evaluar y controlar el respeto por los principios y valores de la organización				
1.7 Las estructuras de gobierno informan sobre composición, participantes y mecanismos de comunicación				
1.8 Los órganos de gobierno cuentan con políticas que promueven el reconocimiento, evaluación y satisfacción de las opiniones y expectativas de los diferentes grupos de interés				
1.9 Los órganos cuentan con mecanismos formales para promover como parte de sus procesos de toma de decisiones el uso regulado y eficiente de los recursos naturales, financieros y humanos				
1.10 Se cuenta con mecanismos para asegurar que la toma de decisiones tiene en cuenta las expectativas válidas de los grupos de interés (proveedores, Estado, clientes, comunidad...)				
1.11 Las decisiones se registran y comunican a todos los niveles				
1.12 La información sobre el impacto de las decisiones y actividades en el medio ambiente y la sociedad son validadas por un tercero independiente a la empresa a a sus dueños				
1.13 La información sobre el origen y manejo de los recursos financieros es validada por un tercero independiente				
1.18 Se cuentan con mecanismos de revisión y evaluación periódica de los órganos de gobierno de la organización				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Damián Olivo 2021

ANEXO D: CUESTIONARIO NIVEL ESTRATÉGICO

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
2.1 Cuenta con una plataforma estratégica formal que incluya misión, visión, políticas y objetivos estratégicos				
2.2 La misión y la visión de la empresa incluyen un compromiso explícito con el desarrollo sostenible				
2.3 La misión y la visión de la empresa incluyen un compromiso explícito con los diferentes grupos de interés				
2.4 Cuenta con políticas para la identificación de grupos de interés				
2.5 Cuenta con políticas para evaluar e identificar sus impactos económicos, sociales y ambientales				
2.6 Los objetivos estratégicos también incluyen metas sociales y ambientales				
2.7 Se ha vinculado a iniciativas o programas que promueven la responsabilidad social				
2.8 Se identifican y comunican a todos los niveles el compromiso social y ambiental de cada uno de los procesos de la organización				
2.9 Se han creado incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño social y ambiental de la organización				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO E: CUESTIONARIO DE ESTRUCTURA Y OPERACIÓN

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
3.1 Se cuenta con metas sociales y ambientales para los principales procesos y actividades críticas de la organización				
3.2 Se han designado responsables para el cumplimiento de las metas sociales y ambientales				
3.3 Se cuenta con un mecanismo de formación y entrenamiento para el adecuado desempeño social y ambiental de los principales procesos y actividades críticas				
3.4 Se cuenta con metas sociales y ambientales para socios de negocio (proveedores, distribuidores, alianzas estratégicas, representantes de ventas, etc)				
3.5 Cuenta con mecanismos para asegurar que las actividades se desarrollen de acuerdo con las directrices establecidas				
3.6 Cuenta con mecanismos para recolectar, analizar y monitorear el desempeño de las actividades frente a los objetivos y metas planteadas				
3.7 Cuenta con mecanismos para evaluar e identificar oportunidades de mejora frente a los grupos de interés				
3.8 Informa periódicamente a todos sus grupos de interés sobre los productos y marcas que maneja, excepto los desempeños económicos y financieros de su operación				
3.9 Informa periódicamente a todos sus grupos de interés (TRABAJADORES, PROVEEDORES, Estado, ...) sobre su desempeño económico, ambiental y social				
3.10 Se está vinculado alguna iniciativa de comunicación y reporte de las actividades socialmente responsables que organiza su empresa				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO F: CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO SOCIAL Y DERECHOS HUMANOS

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
4.1 Existen mecanismos para asegurar compras a proveedores locales basados en precios, plazos de pago y entrega justos. Se garantizan contratos estables.				
4.2 Existen políticas de contratación de personal y se fomenta su preparación y desarrollo.				
4.3 Cumple con obligaciones tributarias y pago de impuestos requeridos				
4.4 Se ejecutan acciones para conocer y difundir entre sus grupos de interés los resultados financieros y económicos de la operación de su empresa.				
4.5 Se ejecutan acciones para el manejo de las compras y contratación teniendo en cuenta las expectativas de los contratistas, proveedores locales, empleados y comunidad.				
4.6 Se favorece la compra a proveedores locales y se fortalece el desarrollo de los mismos.				
4.7 Se ejecutan acciones para evaluar y difundir entre los diferentes grupos de interés los impactos económicos directos e indirectos de su operación.				
PUNTALE OBTENIDO				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO G: CUESTIONARIO SOCIO LABORAL

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
6.1 Se toman acciones para la selección y vinculación del personal acorde con las exigencias legales, evitando situaciones de discriminación				
6.2 Existen iniciativas de generación de empleo y de inclusión laboral.				
6.3 Se asegura el cumplimiento de las condiciones de trabajo exigidas legalmente que incluyan salarios adecuados, jornada laboral, pagos de horas extras, vacaciones, licencias de maternidad.				
6.4 Cuenta con mecanismos para informar y participar al personal sobre cualquier cambio que los pueda afectar.				
6.5 Se evita el empleo masivo de personal temporal				
6.6 Se protege la privacidad y los datos personales de los trabajadores.				
6.7 Cuenta con mecanismos que eviten situaciones de hostigamiento en el lugar de trabajo a nivel físico, verbal, sexual, psicológico y /o amenazas				
6.8 Se llevan a cabo estrategias para garantizar la salud y la seguridad de los trabajadores, contemplando la implementación de programas de salud ocupacional y seguridad industrial (elementos de protección, riesgos profesionales, comité paritario, etc)				
6.9 Se cuenta con mecanismos para asegurar la diversidad e igualdad de oportunidades de los trabajadores.				
6.10 Se ejecutan acciones de promoción, formación y capacitación de los trabajadores.				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO H: CUESTIONARIO DERECHOS HUMANOS

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCALA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
7.1 Cuenta con una política de respeto a los derechos humanos y mecanismos de evaluación y control.				
7.2 Se implementan programas de formación para empleados sobre los aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades.				
7.3 Existen mecanismos para realizar inversiones, alianzas y asociaciones con base en el respeto de los derechos humanos.				
7.4 Se llevan a cabo procedimientos de selección y contratación de proveedores, contratistas o distribuidores con base en el respeto a los derechos humanos				
7.5 Existen canales de comunicación eficientes que permitan identificar, investigar y dar solución a riesgos o violaciones relacionadas con los derechos humanos.				
7.6 Cuenta con mecanismos claros para la toma de medidas disciplinarias internas (proceso adecuado, audiencia justa y castigo).				
7.8 Cuenta con mecanismos que impiden el trabajo infantil o trabajo forzado en las operaciones de la empresa				
7.9 Cuenta con mecanismos para evitar la discriminación en cualquiera de sus formas (género, raza, religión, etc.).				
7.10 Cuenta con mecanismos para evitar el desplazamiento o complicidad en desplazar personal de sus propias tierras.				
7.11 Existen programas de formación en el respeto a los derechos humanos para el personal de seguridad, brindando directrices de actuación en concordancia.				
7.12 Se realizan procesos de evaluación que determinen si se están respetando los derechos humanos de los trabajadores.				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021

ANEXO I: CUESTIONARIO DESEMPEÑO AMBIENTAL

ASPECTO A EVALUAR	N/A	ESCAA 0-6	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
5.1 Respecto a las acciones para mejorar y reducir los materiales utilizados en la fabricación de productos / servicios con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.2 Se ejecutan acciones para el manejo y reducción de energía utilizada con base en la legislación y acuerdos internacionales.				Reducción consumo del Diésel
5.3 Se ejecutan acciones en su empresa para el cuidado de las fuentes, el manejo, reducción y reciclaje del agua utilizada con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.4 Se ejecutan acciones para conocer y mitigar los impactos sobre la biodiversidad con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.5 .Se ejecutan acciones para el manejo y mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero, sustancias destructoras de la capa de ozono y otras emisiones significativas con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.6 Se ejecutan acciones para el manejo y la reducción de residuos y vertimientos con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.7 Se ejecutan acciones para el manejo y la mitigación del impacto de sus productos y servicios en el ciclo de vida con base en la legislación y acuerdos internacionales.				
5.8 Cuenta con mecanismos que aseguran el cumplimiento de la legislación ambiental asumiendo responsabilidades por los impactos derivados de la operación.				
5.9 Se llevan a cabo acciones para el manejo y la mitigación del impacto ambiental derivado del transporte de				

productos, otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización.				
5.10 Se ejecutan acciones de inversión ambiental con base en la legislación nacional y acuerdos internacionales.				
5.11 Se ejecutan acciones para controlar y reducir los riesgos asociados al uso y desecho de materiales tóxicos.				
5.12 Se cuenta con mecanismos de prevención y minimización de impactos por ruido, olor, luz, vibraciones y contaminación del suelo en el lugar en que opera.				
5.14 Se ejecutan acciones para identificar, prevenir riesgos ambientales y controlar accidentes relacionados. Y con ello asegura una mejora continua en la operación.				
5.16 Se da preferencia al uso de productos y servicios de proveedores que demuestran compromiso con el medio ambiente.				
PUNTAJE OBTENIDO =				

Fuente: BurneoExport

Elaborado por: Olivo, D. 2021