



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

MENCIÓN: GESTIÓN POR RESULTADOS

Resolución: RPC-SO-01-No.016-2020

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del trabajo:

MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
SEMAFOVIAL S. A.

Línea de Investigación:

Gestión administrativa y sociedad

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Juan Esteban Machado Moscoso

Tutor/a:

Dr. Rodrigo Albuja Chaves, PhD

Quito – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Dr. Jaime Rodrigo Albuja Chaves, PhD con C.I: 1000288769 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación titulado: Modelo de Gestión basado en Responsabilidad Social Empresarial para la empresa SEMAFOVIAL S.A

Elaborado por: Juan Esteban Machado Moscoso, de C.I: 1716337736, estudiante de la Maestría: Administración Pública, mención: Gestión por Resultados de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., _____ de 2021

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema.....	1
Pregunta Problemática	1
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Beneficiarios directos:.....	2
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
1.1. Contextualización de fundamentos teóricos	3
1.1.1 Generaciones de Responsabilidad Social Empresarial	4
1.1.2 Clases de RSE.....	4
1.1.3 Método actual de la Responsabilidad Social Empresarial.....	5
1.1.4 La Norma ISO 26000 y la Responsabilidad Social.....	8
1.1.5 Los 7 Principios de Responsabilidad Social	10
1.1.6 La Responsabilidad Social en el Ecuador.....	11
1.1.7 Normativa que rige la práctica de la RSE en el Ecuador	13
1.1.8 Modelo de Gestión.....	14
1.2 Problema a resolver	14
1.2.1. Proceso de investigación	14
1.3. Diagnóstico de la empresa.	16
1.3.1 Descripción de la empresa.	16
1.3.2 La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa Semafovia.	16
1.3.2.1 Rendición de cuentas	17
1.3.2.2 Transparencia.....	18
1.3.2.3 Comportamiento Ético	18
1.3.2.4 Respeto a los intereses de los grupos de interés	18
1.3.2.5 Respeto al principio de legalidad	19
1.3.2.6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento	19
1.3.2.7 Respeto a los derechos humanos	19
1.4 Semafovia Modelo de Gestión de la Empresa	20
1.4.1 Factores críticos	20
1.4.2 Estrategia.....	21

1.4.2.1 Orientación.....	21
1.4.2.2 Innovación	21
1.4.2.3 Calidad.....	21
1.4.3 Valores Corporativos.....	21
1.4.3.1 Enfoque al Cliente	21
1.4.3.2 Inspiración	22
1.4.3.3 Comunicación abierta	22
1.4.3.4 Innovación.....	22
1.4.4 Organigrama Funcional de la empresa Semafovia.....	22
1.4.5 Conclusiones del Actual Modelos de Semafovia.....	23
CAPÍTULO II: PROPUESTA	24
2.1 Acciones necesarias para cumplir con los siete principios de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Semafovia S.A.	24
2.1.1 La rendición de cuentas	24
2.1.2 La transparencia	24
2.1.3 El comportamiento ético.....	24
2.1.4 El respeto a los intereses de los grupos de interés	25
2.1.5 El respeto al principio de legalidad	25
2.1.6 El respeto a la normativa internacional de comportamiento	25
2.1.7 El respeto a los derechos humanos.....	25
2.2 Nuevo Modelo de Gestión de la Empresa Semafovia	25
2.2.1 Los factores críticos del negocio.	25
2.2.2 La estrategia	26
2.2.2.1 La orientación.....	26
2.2.2.2 La innovación.....	26
2.2.2.3 La calidad.....	27
2.3. Los valores corporativos.....	27
2.3.1 El enfoque al cliente	27
2.3.2 La inspiración.....	27
2.3.3 La comunicación abierta	27
2.3.4 La innovación.....	28
2.4 Organigrama Funcional	28
2.5 Conclusiones del nuevo Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Semafovia.....	29
2.6 Los criterios de comprobación del nuevo Modelo de Gestión	29
2.7 Matriz de articulación.....	30
CONCLUSIONES	31

RECOMENDACIONES	32
BIBLIOGRAFÍA	33
Bibliografía	33
ANEXOS 1	34

Índice de tablas

Tabla 1 Principales teorías de responsabilidad social empresarial	6
Tabla 2 Síntesis de encuestas realizadas.....	20
Tabla 3 Matriz de articulación.....	30

Índice de figuras

Figura 1: Clases de RSE Carroll (1991).....	5
Figura 2: Norma ISO 26000	9
Figura 3: Organigrama funcional Semafovia S.A	23

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

En los ochenta se presenciaron cambios como la liberación del comercio y la reducción del papel del Estado, donde los centros de producción de bienes y servicios de los países del Norte se trasladaron a los países menos desarrollados, dando así el inicio a la globalización de la cadena de valor, donde: “Los gobiernos especialmente los del Sur pasaron de ser protectores y reguladores del sector empresarial, a ser promotores de la inversión extranjera”.

La Responsabilidad social empresarial en el siglo XX, se ha vuelto cada vez más importante, debido a los cambios económicos y sociales, y se considera parte indispensable de la estrategia empresarial de una empresa, ya que puede aportar valor y crear ventajas competitivas. Este es un elemento importante en el progreso e integración empresarial que cualquier empresa puede optar.

La responsabilidad social es estimada como pilar significativo para el desarrollo sostenible de la empresa, por lo que debe incorporarse a cualquier cultura organizacional para lograr el equilibrio entre los seres vivos, las comunidades y el medio ambiente.

Existen varios beneficios para la implementación de un modelo de gestión basado en RSE según la Deloping Sustainable Regions Through (DESUR , 2015)entre las principales se tiene las siguientes:

Externos: Mejorar la confianza de potenciales inversores, atraer y retener talento, posicionar la marca, atraer nuevos clientes, fidelizar clientes, mejorar la imagen corporativa y mejorar las relaciones con el medio ambiente.

Internos: Motivar a los/as empleados/as, mejorar el clima laboral, redundado en la mejora de productividad y calidad en la prestación del servicio, mejorar la comunicación interna, obtener fidelidad, compromiso del personal, crear una cultura en la organización a través del fomento de unos valores compartidos en la empresa.

El Modelo de Gestión Basado en RSE busca que las actividades diarias que se desarrollan dentro de la empresa SEMAFOVIAL S.A, vaya enfocada dentro de los principios de sustentabilidad tanto en el área social, económica y ambiental, permitiendo que esta Gestión mejore su posición dentro de la entidad, comprometida con el medio ambiente y la sociedad; siendo éticos en cada accionar que realice.

En este caso, con el fin de crear resultados a un plazo en el tiempo en el ámbito del ser humano, en la sociedad y ecología, es necesario tener una encuesta para incorporar la responsabilidad social de la empresa en SEMAFOVIAL S.A, con el fin de obtener resultados apegados a la realidad, con la finalidad ejercer una presión cada vez mayor sobre la sociedad.

Pregunta Problemática

Aún en nuestros días, una parte importante de la sociedad parece seguir vinculando conceptos como innovación o Responsabilidad Social Empresarial a las grandes empresas multinacionales, a las que supone capaces de invertir esfuerzos y recursos en estas materias. Y, por el contrario, se sigue asociando a las empresas en expansión en buena medida a una imagen de tradición, apego al pasado y resistencia a los cambios.

Y es que el papel de la empresa en una sociedad más sostenible y consciente es esencial, por lo que es necesario avanzar en una dirección clara para que las empresas se conviertan en protagonistas de una nueva relación con el entorno. Por lo que, la profundización en el desarrollo de estrategias de acción como la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) se configura como un pilar necesario para que la cultura ambiental y nuevas formas de gestión impregnen toda la estructura de la empresa y alcancen al conjunto de los trabajadores.

Las empresas ahora están comenzando a crear conciencia, no solo para proteger la producción de recursos económicos; sino también la producción de bienestar social y ambiental, y es así que bajo este enfoque se plantea:

¿Qué cambios o acciones debería realizar SEMAFOVIAL S.A. en su modelo actual de gestión para incorporar la responsabilidad social corporativa en su estrategia de negocio?

Objetivo general

Diseñar un modelo de gestión basado en Responsabilidad Social Empresarial para la empresa SEMAFOVIAL S.A.

Objetivos específicos

- Identificar el actual modelo de gestión de la empresa SEMAFOVIAL S.A.
- Determinar qué cambios se debe realizar al actual modelo de gestión de la empresa SEMAFOVIAL S.A para este incluya la Responsabilidad Social Empresarial como parte tácticas para alcanzar resultados.
- Proponer una estrategia de mejoramiento continuo en la gestión de la empresa SEMAFOVIAL S.A

Beneficiarios directos:

De acuerdo con los elementos y enfoques de la responsabilidad social empresarial, se planteará un modelo de gestión para la empresa SEMAFOVIAL S.A, que le podrá dar resultados positivos para mejorar su estrategia de mejora continua para la consecución de sus objetivos.

Estará dirigido a todo el personal que conforma la empresa, con la finalidad de obtener el compromiso del mismo, a la vez motivar para obtener un mejoramiento en la productividad y eficiencia.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización de fundamentos teóricos

En las dos últimas décadas del siglo pasado, El término responsabilidad social empresarial comenzó a debatirse de manera más amplia y diferente, es aceptado por cada vez más personas en los campos académico y comercial. En un sentido más general La responsabilidad social empresarial puede describirse como la responsabilidad general de la empresa hacia la sociedad, el cual va de la mano con la sostenibilidad, que se deriva de la creciente atención mundial al medio ambiente.

En consecuencia, el término ha sido objeto de un uso más extenso, cubriendo igualmente áreas tales como: derechos humanos, aspectos laborales y corrupción. El término responsabilidad social empresarial se utiliza frecuentemente en dos contextos diferentes: para describir lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo. Es decir, un enfoque descriptivo y uno normativo.

En muchos casos, el sector privado ha realizado contribuciones significativas. Es necesario considerar que la tendencia de la globalización plantea nuevos desafíos a las obligaciones y responsabilidades del sector privado con la sociedad en general.

La empresa participa activamente en el desarrollo económico del país, se encarga de crear grandes proyectos en el mundo mediante el uso del conocimiento, la tecnología y el trabajo, y mejorar la vida de la fabricación de productos. Sin embargo, cabe señalar que, en el lado negativo, pueden ser armas que destruyen el medio ambiente, afectando así a la humanidad.

La responsabilidad social corporativa no surgió de este nombre, ni tiene el significado que adquiere hoy, pero cabe señalar que en la antigua Grecia y Roma existían signos similares, como la filantropía acorde con la caridad. Este último término se derivó del catolicismo. La revolución industrial también fue parte de la evolución y la necesidad de tener una reciprocidad con el sistema social.

Otros mencionaron que los derechos humanos forman parte de esta evolución y luego el establecimiento de organizaciones no gubernamentales, hechos que promovieron la implementación de conductas éticas por parte de las empresas, que finalmente lograron la permanencia social. Es así que según (CANSINO, J. y Morales, M. (2008): “los antecedentes de la responsabilidad Social Empresarial se remontan al siglo XIX, precisamente en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo, que buscaban conciliar eficiencia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva”.

1.1.1 Generaciones de Responsabilidad Social Empresarial

A principios del siglo XX, la responsabilidad social corporativa se asoció directamente con la caridad y la filantropía. Décadas después, en la década de 1970, el concepto se extendió a las dimensiones éticas y morales.

Simón Zadek considera que la responsabilidad social va evolucionando con el tiempo y manifiesta: “la Responsabilidad Social Empresarial ha tenido su evolución en 3 etapas o generaciones bien definidas, siempre partiendo de la base de que la empresa debe cumplir con los requisitos legales vigentes”:

- **La primera generación.** Responsabilidad social corporativa no estratégica, incluidas las actividades de marketing con fines benéficos, benéficos y otros fines. Las acciones específicas relacionadas con la comunidad son diferentes instituciones y organizaciones que brindan soluciones a los problemas sociales que puedan surgir.

- **La segunda generación.** Responsabilidad social corporativa estratégica, que incluye actividades relacionadas con el negocio de la compañía, diálogo con grupos de interés, informes de sostenibilidad, cumplimiento del Pacto Mundial, inversión responsable, etc.

- **Tercera generación.** Competitividad responsable. Bajo los siguientes conceptos, son trabajos ordenadas con fines a un plazo mayor: “la empresa tiene un fin más allá de sus ganancias, el de crear valor no sólo para sus accionistas y empleados, sino para la sociedad en la que está inserta. Los instrumentos son de diverso tipo, por ejemplo, los protocolos: SA 8000, GRI, AA 1000, Balance Social, Norma ISO 26000” (Zadek, 2007)

En este sentido, empresas, gobiernos y sociedad se han vinculado entre sí, de manera que cambiaron sus roles originales en acciones, es decir, las decisiones de los diferentes participantes no son independientes, sino que suelen verse afectadas o incluso influenciadas o impuestas por los grupos sociales.

1.1.2 Clases de RSE

En el análisis de una serie de responsabilidades sociales existentes, (Carroll, 1991) propuso que “La responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ser humano” representadas por una pirámide:



Figura 1: Clases de RSE Carroll (1991).

-**Responsabilidades Económicas.** - Son la base de la pirámide y están destinados a la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Como compensación por la entrega de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso.

-**Responsabilidades Legales.** - Se refieren al cumplimiento de las leyes y regulaciones estatales y las reglas básicas que deben seguir las empresas.

- **Responsabilidad moral.** -Se describen como la necesidad de ser justo y razonable, y de evitar o minimizar el daño a los grupos relacionados con la empresa, enfocados en realizar lo correcto.

-**Responsabilidades Filantrópicas.** - Incluyendo aquellos comportamientos corporativos que respondan a las expectativas de la sociedad de una buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen la participación activa de la empresa en actividades o programas que promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de las personas.

1.1.3 Método actual de la Responsabilidad Social Empresarial

En el ámbito de la responsabilidad social empresarial, existen diversas teorías o métodos que intentan dar una idea clara para que las empresas mantengan una responsabilidad social. Existen varios estudios (Wartick y Rude, 1986; Wood, 1991, Altman, 1998, Brummer, 1991) que intentan analizar las teorías existentes sobre la responsabilidad social empresarial, siendo el último estudio ejecutado por los Garriga & Domenec, (2004) “quienes ofrecen una agrupación de teorías desde la perspectiva de la relación empresa-sociedad. Como se muestra en el cuadro aportan una interesante

clasificación del amplio abanico de teorías en cuatro grupos: instrumentales, políticas, integradoras y éticas”.

Tabla 1
Principales teorías de responsabilidad social empresarial

TIPOLOGIAS	PRINCIPALES TEORIAS
Teorías	Teoría del valor del accionista o Teoría Shareholder
Teorías Integradoras	Teoría instrumental de Stakeholders
Teorías Éticas	Teoría normativa de Stakeholders
Teorías Políticas	Teoría de la ciudadanía empresarial

Fuente. Elaboración propia a partir de Garriga y Melé (2004).

-Teoría de valor para el accionista o Shareholders Theory. - Para este método, la empresa solo debe preocuparse por obtener beneficios económicos o crear valor para los accionistas. Las acciones tomadas por el gobierno corporativo desde una perspectiva responsable tendrán como principio lograr este objetivo. De lo contrario, no tendrán ninguna razón para existir porque causarán una desventaja de costos para la empresa. Una de esa idea es el de (Freeman, 1994). Según este punto de vista, la única responsabilidad social de la empresa es acercar a los asociados dentro del ámbito legal y las prácticas morales para obtener el mejor resultado. Por lo que, si se busca dotar a la empresa de una ventaja competitiva y por tanto contribuir a los intereses de la empresa a corto o largo plazo, debes prestarle atención y realizar determinadas actividades sociales. De manera similar, existen la teoría de la agencia (Berle y Jeans, 1932; Jensen y Meckling, 1976) y la teoría de la administración (Donaldson, 1991), y los gerentes como líderes deben obtener y comunicar resultados que logren cubrir los intereses de los miembros de la empresa.

-Teoría instrumental de Stakeholders. - Desde un punto de vista estratégico, el posicionamiento de las partes interesadas de la empresa es razonable para mejorar el desempeño de la empresa y el éxito económico. La teoría se basa en el hecho de que mantener relaciones sostenibles con los grupos de interés para satisfacer sus necesidades, establecerá alianzas, facilitando así el acceso a su información sobre diseño de producto, servicio postventa y servicios a los empleados. (HARTMAN, 1997), consolidando así el enfoque de la compañía en su desarrollo y generando el incremento de resultados y beneficios. Por tanto, se cumplirán las obligaciones de gestión con los grupos relacionados con el fin de establecer una cooperación que pueda beneficiar a la empresa desde una perspectiva estratégica. Al principio, (Freeman R. E., 1994) fue el precursor de esta teoría.

-Teoría normativa de stakeholders. - Se posiciona en el concepto de ética empresarial, en este concepto la responsabilidad social empresarial tiene una base social, no económica. Bajo este enfoque, el posicionamiento de los grupos de interés de la empresa no es por motivos económicos, sino por el cumplimiento de estándares éticos. La empresa es entonces la entidad económica que

afectará el bienestar y los riesgos de muchas personas. Comparado con otros métodos de gestión con fines de lucro (como poco ético), este concepto está relacionado con la "gestión ética" definida por Carroll (1987).

-Teoría de la ciudadanía empresarial. - La teoría cree que la empresa es un factor importante dentro de la sociedad y debe interactuar en la vida social y, contribuir al perfeccionamiento social y al bienestar. Como empresa que cotiza en bolsa, tiene obligaciones sociales como la equidad, la justicia social y la protección de los trabajadores. En este sentido, tienen la responsabilidad de ser buenos ciudadanos, y para ello deben contribuir al bienestar de las comunidades en las que viven de forma responsable ante la sociedad. Varios señalaron que el concepto de comunidad o ámbito social la genera la empresa, por lo que se ha producido un nuevo concepto de "sociedad de interés" o sociedad de afectados.

En los últimos diez años, el tema de la responsabilidad social corporativa se ha convertido en algo cada vez más importante en las organizaciones, las compañías han ido mucho más allá de cumplir con las leyes, regulaciones y comportamientos benéficos, y ahora están considerando más temas, creación de valor.

Por tanto, la responsabilidad social corporativa es un tema interesante en la integración actual de los fundamentos de la gestión empresarial. En primer lugar, se trata de la formación de capital de valor. Además del punto de encuentro entre las empresas, se asume, por tanto, que sus objetivos económicos y el contexto del entorno son el punto de unión, es decir, los asuntos de la empresa tienen un impacto en la comunidad y el medio ambiente y lograr los propósitos de la empresa.

Finalmente, la evolución del concepto de responsabilidad social corporativa se puede analizar a partir de los siguientes cuatro métodos principales:

-Liberal: según lo manifiesta Milton Friedman: "La RSE de un negocio es aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden".

-Social: así también: "La RSE no es exclusiva de las empresas, sino de todas las instituciones de la Sociedad, aunque el papel de la empresa en el tema es vital en su legitimación".

-Ético: por su parte en lo ético Adela Cortina manifiesta: "La RSE debe asumirse desde un enfoque integral, que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico logrando la legitimidad o validez que requiere la empresa como institución social"

-Actual: según el Libro Verde de la Comunidad Europea: "La integración voluntaria por parte de las empresas de las percepciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

1.1.4 La Norma ISO 26000 y la Responsabilidad Social

Para comprender el modelo y los requisitos de cumplimiento que ofrece, es fundamental conocer la Norma ISO 26000 y Responsabilidad Social. Considerando su extensión, se busca alcanzar en este trabajo investigativo un análisis no tan amplio con los puntos importantes que será parte de su aplicación en esta empresa, para su posterior verificación.

La ISO (26000, s.f.): enfatiza el cumplimiento de una organización en la sociedad y su impacto en el medio ambiente durante la operación y el ejercicio de su actividad productiva. Esto se debe a intereses internacionales para mantener un comportamiento socialmente responsable para contribuir al desarrollo sostenible.

Los capítulos de la Norma ISO 26000 son los siguientes:

“1. Objetivo y Campo de Aplicación

2.Términos y Definiciones

3.Comprender la Responsabilidad Social

4.Principios de Responsabilidad Social

5.Reconocer la Responsabilidad Social e Involucrarse con las partes interesadas

6.Orientación sobre las materias fundamentales de la Responsabilidad Social

7.Orientación sobre la integración de Responsabilidad Social en toda la organización

ANEXO A. Ejemplos de Iniciativas voluntarias y herramientas para la Responsabilidad Social

ANEXO B. Abreviaturas Bibliografía”.

La norma ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social definidas en la norma y que se resume de la siguiente manera:



Figura 2: Norma ISO 26000

Cuando una empresa quiere iniciar una cultura de responsabilidad corporativa de acuerdo con los principios básicos y el contenido básico de la norma de responsabilidad social ISO 26000 , la empresa suele considerar qué beneficios traerá este proceso a la empresa. Por lo general, las organizaciones eventualmente se referirán a la ventaja competitiva reconocida en el borrador del plan nacional de responsabilidad social empresarial, es decir, el aumento del reconocimiento frente al gobierno, instituciones públicas y / o privadas, o incluso un mayor aumento de su reconocimiento. Tener reputación tanto dentro como fuera del departamento donde se desarrolla la empresa.

Según este estándar, la definición de responsabilidad social es el compromiso de una organización y / o empresa de influir en la toma de decisiones y las actividades en la sociedad y el medio ambiente a través de comportamientos éticos y transparentes que contribuyan al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar.

El estándar no funciona solo. Para lograr el éxito esperado, se apoyará en otras herramientas e iniciativas relacionadas con la RS, en lugar de reemplazarlas: Lineamientos de la OCDE para Empresas Multinacionales, Global Reporting Initiative, Pacto Mundial de Naciones Unidas, etc.

Desde esta perspectiva, la ISO 26000 es un instrumento para las empresas. Puede ayudar a las empresas a transformarse de la buena voluntad a las buenas acciones. Sus beneficios incluyen: mayor competitividad, mayor reputación a nivel social, atractivo y Retención de socios, clientes y usuarios para mantener la motivación, el compromiso y la productividad.

Todos somos responsabilidades sociales, propietarios, gerentes, colaboradores y parte de la cadena social, por lo que el cuidado de nuestra comunidad y el medio ambiente depende de todos. Estas políticas y prácticas se convertirán en cartas de presentación para la nueva generación, y verán las acciones tomadas con buenos ojos.

Para las organizaciones la sostenibilidad de los negocios significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, haciéndolo sin poner en peligro el medio ambiente, sino también operar de una manera socialmente responsable.

De ISO 26000 se desprende una comprensión global relevante de lo que es la responsabilidad social y lo que las organizaciones tienen que hacer para operar de una manera socialmente responsable.

El estándar ISO 26000 ayuda a las empresas grandes, medianas o pequeñas a operar de manera responsable al proporcionar orientación sobre:

- Terminología, conceptos y demás definiciones que estén enfocadas en la responsabilidad social empresarial.
- Noticias, directrices y tipologías de la responsabilidad social
- Elementos y destrezas referentes a la responsabilidad social
- Elementos fundamentales y argumentos de responsabilidad social
- Composición, ejecución y impulso de una conducta socialmente comprometida a través de toda la organización y a través de sus capacidades y experiencias, dentro de su globo de autoridad.
- Caracterización y responsabilidad con las partes interesadas.
- Declaración de responsabilidades, ocupación y otra información coherente con la responsabilidad social.

La norma ISO 26000 integrará la experiencia internacional de responsabilidad social, lo que significa qué problemas deben resolver las empresas para realizar negocios de manera socialmente responsable y cuáles son las mejores prácticas para aplicar la RS. ISO 26000 se convertirá en una poderosa herramienta de RS para ayudar a las empresas a pasar de la buena voluntad a la buena acción.

1.1.5 Los 7 Principios de Responsabilidad Social

La norma ISO 26000 pretende ser una guía para la implementación de acciones de responsabilidad social y tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a orientar estas prácticas, establece 7 principios y recomienda que estos principios sean adoptados para hacer una contribución significativa al desarrollo sostenible.

-Rendición de cuentas: toda organización debe estar preparada para someter sus acciones al escrutinio público, y debe ser responsable de los impactos económicos, sociales y ambientales de las acciones, lo que también significa responsabilizarse por los impactos negativos de la organización y comprometerse a tomar las medidas pertinentes para reparar ellos y evitar la duplicación.

-Transparencia: este enfoque significa que el hábito de la organización es transparente en aquellas acciones que puedan dañar a la sociedad y al medio ambiente, por lo que toda la información requerida por todas las partes debe ser brindada en un lenguaje sencillo y en un formato accesible.

-Comportamiento ético: la honestidad, la justicia y la incorruptibilidad son las normas de todas las acciones de la organización, no solo para perseguir los objetivos económicos de las actividades comerciales, sino también para aumentar el impacto positivo y reducir el impacto negativo.

-Respeto a los intereses de las partes interesadas: las actividades, acciones y decisiones que se tomen en la organización influirán y darán respuesta a las diversas necesidades de todos los actores que interactúan con la empresa, a la vez que se deben considerar las expectativas de todas las partes, lo que es fundamental para la fidelización de la relación.

-Respeto al principio de legalidad: ningún individuo y / u organización trasciende la ley, por lo tanto, no tienen derecho a actuar fuera del marco legal. Por lo tanto, todas las organizaciones también deben cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en términos de responsabilidad social.

-Respeto a la normatividad internacional de comportamiento: incluso si las regulaciones nacionales que sigue la organización no consideran las salvaguardas sociales y ambientales, la compañía tiene que considerar y cumplir con las medidas más exigentes.

-Respeto a los derechos humanos: una organización debe respetar los derechos humanos reconociendo la importancia y universalidad de los derechos humanos. En otras palabras, se aplican a todas las personas en todos los países y regiones.

1.1.6 La Responsabilidad Social en el Ecuador

Las empresas son el eje básico del desarrollo social, desde la década de 1990 se vienen implementando diferentes estrategias de gestión, en estas estrategias, las necesidades y responsabilidades de la empresa con los consumidores, vendedores, empleados y el contorno. Si bien la responsabilidad social corporativa o empresarial (RSE) rara vez se gestiona en los países de América Latina y Ecuador, su aplicación se inició en los países desarrollados y se expandió gradualmente.

Existen algunas normas y estándares internacionales que pueden ser utilizados como lineamientos para las áreas de negocios globales, estas normas y estándares no son prácticas obligatorias, pero son

aceptadas voluntariamente por los empresarios y están vinculadas a la ética de la gestión interna de la compañía o empresa. La persona es el responsable de cualquier estructura dentro de la empresa, y el grupo o empresa se gestionará de acuerdo con las normas y principios aceptables para todo el grupo. Para que una sociedad desempeñe un papel global, es necesario concienciar sobre el papel que desempeña cada sociedad en ella. Para hacer cambios, comience con una pequeña idea o acción individual y luego conviértala en una acción colectiva. Este es el caso de las empresas, el primer ejecutivo debe ser el impulsor de estas acciones socialmente responsables, en estas acciones se debe tener en cuenta a todo el personal relevante.

En Ecuador, los cambios en la legislación y los requisitos para las empresas han hecho que el sector privado de Ecuador se preocupe cada vez más por el impacto de sus acciones en todas las áreas mencionadas anteriormente. El humanismo contemporáneo, la ética empresarial y la ética ecológica han sido seleccionados como la corriente de pensamiento. Por un lado, el humanismo se centra en la dignidad y el valor de las personas, creyendo que son personas racionales que saben practicar y descubrir la verdad. Esta teoría busca la trascendencia del ser humano como especie y nos lleva al hecho de que todas las acciones de una persona deben estar encaminadas a la búsqueda del bienestar común. En responsabilidad social empresarial, es necesario considerar la posición del humanismo frente al consumismo, que muestra que una actitud superficial atenta contra la dignidad humana y no permite el desarrollo integral del ser humano. A diferencia de los humanos superficiales, los humanos tomarán decisiones para buscar el bienestar colectivo, se esforzarán por convertirse en una persona completa y hermosa y mostrarán interés en dónde se encuentran los humanos en el mundo.

La ética empresarial es una teoría que considera a la empresa como un participante importante en el desarrollo social. Cuando las empresas operan en el medio ambiente, son responsables de ello. Ya no se consideran solo un medio para obtener ganancias y alcanzar objetivos económicos, sino que ahora se han interesado por el medio ambiente, los accionistas, los empleados, los consumidores y los proveedores. Las empresas deben incluir principios éticos en su comportamiento, que no se trata solo de ética personal, sino también de ética empresarial y comunitaria. Actuando de esta manera, la empresa puede ganarse la confianza de la sociedad y participar en un proceso integral de desarrollo interno y externo.

La Responsabilidad Social Empresarial, entendida como la responsabilidad de las organizaciones y/o empresas con la comunidad frente a los impactos sociales y medio ambientales que estas causan, se ha convertido en un paradigma ético que marca un nuevo modelo estratégico de gestión empresarial. Temas como el cuidado al medio ambiente; la equidad, igualdad y justicia social son los motores que impulsan cada vez a más empresas a optar por este modelo de gestión. Sin embargo, en Ecuador, este es un concepto relativamente “nuevo” y a pesar de que ya es de interés público, la gran

parte de organizaciones no cuenta aún con estrategias y proyectos de Responsabilidad Social Empresarial.

De acuerdo al estudio “Estado de la competitividad responsable” organizado por la ONG británica AccountAbility (2007), en un ranking de 109 países, Ecuador se encuentra en el puesto 79. Sin embargo, el estudio toma en cuenta a la filantropía y al marketing social como actividades de responsabilidad social, por lo que el país se encuentra en esta posición. Es así que, en Ecuador, se ha confundido el término de RSE con los conceptos de donación de grandes cantidades de dinero a fundaciones o el emprendimiento de campañas sociales a corto plazo.

Además, la falta de recursos financieros, la falta de tiempo y sobre todo la falta de involucramiento de los colaboradores con las acciones se convierten también en grandes obstáculos para el desarrollo de estos proyectos en las empresas ecuatorianas. Por lo tanto, hace falta generar una cultura de involucramiento empresarial por el bien común, comprendiendo que la RSE no significa un gasto o una inversión para la empresa, significa la creación de un pacto y el cumplimiento del mismo para retribuir a la sociedad por los daños que las operaciones empresariales causan.

1.1.7 Normativa que rige la práctica de la RSE en el Ecuador

En el ámbito legal de Ecuador no existe una ley específica o un marco jurídico que obligue a todas las organizaciones a desarrollar proyectos de responsabilidad social empresarial, pues, varios autores coinciden con que “esto limitaría la acción organizacional” (Lima & López, 2012, pág. 45). Además, la aplicación de una ley implica una exigencia u obligación, por lo tanto, se faltaría al principio de la RSE de ser una práctica voluntaria.

Sin embargo, en la Constitución de la Republica del Ecuador 2008, se encuentran dispersos varios artículos y apartados que forman un conjunto normativo que regula cuatro dimensiones de la RSE:

-Relación con el medioambiente: especificado en la sección segunda, denominado “Ambiente Sano”, Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. (Ecuador, 2008)

-Relación Estado, sociedad y empresa: especificada en artículos del Título VI de la Constitución.

-Regulación de los clientes y usuarios: estipulados en los artículos 15, 27, 313, 320, 387, 282 del citado cuerpo legal.

-Relación de la empresa con los colaboradores: Citada en los artículos 15, 27, 47, 387.

Además, existen en el país varios cuerpos jurídicos que contienen transversalmente temas relacionados con la RSE como: Ley de gestión ambiental, Ley de defensa al consumidor, Ley de

hidrocarburos y Ordenanza Metropolitana N°084 del Municipio de Quito, la cual orienta a las empresas de la ciudad y a la población quiteña a realizar prácticas de RSE.

1.1.8 Modelo de Gestión

La palabra "modelo" se deriva del concepto italiano de "modelo", que se puede utilizar en diferentes campos y tiene diferentes significados. La característica importante del modelo es que es fácil de imitar o copiar. Existen varios tipos de modelos, pero los más importantes son los modelos teóricos, los modelos matemáticos y los modelos físicos.

El concepto de gestión según Cassini, (2008) proviene del latín *gesio*, que se refiere al rol y efecto de la gestión o administración. Por tanto, la gestión incluye la gestión, la orientación, las órdenes, los arreglos o las acciones organizativas, así es como la gestión implica un conjunto de procedimientos para la resolución de problemas, la designación de proyectos o la gestión de empresas u organizaciones.

Por tanto, el modelo de negocio es el marco de gestión de la entidad. Los modelos de negocio se pueden aplicar a empresas privadas y gestión pública.

El modelo de gestión que utilizan las instituciones públicas antepone el bienestar social de la población, mientras que el modelo de gestión privada se basa en los beneficios económicos.

1.2 Problema a resolver

Se busca desarrollar un modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial que permita mejorar los aspectos financieros, generales y circunstancial de la empresa SEMAFOVIAL S.A.

La responsabilidad social empresarial se centra en su gestión a través del componente ético de su cultura organizacional. También valora y promueve una cultura de respeto y tolerancia a la diversidad y la interculturalidad.

1.2.1. Proceso de investigación

SEMAFOVIAL SA utiliza un sistema de gestión administrativa propio, el cual se basa en la experiencia acumulada desde su constitución, tiene como objetivo brindar servicios de alta calidad con sentido de responsabilidad social, y busca implementar la responsabilidad social corporativa catalogada como un nuevo negocio estratégico, que fomenta la organización de acuerdo con los intereses relacionados. La buena influencia y los beneficios mutuos que genera la interacción entre los participantes aseguran la competitividad global a largo plazo, la sostenibilidad y la rentabilidad.

Según el informe 2011 del portal Ekos Negocios publicado en el sitio del (INEC), "Empresa con Responsabilidad Corporativa", existen muchos casos reales de acciones de responsabilidad social

empresarial en Ecuador. Entre ellos, la de la empresa ADELCA. Cree que la responsabilidad social está íntimamente relacionada con la responsabilidad de optimizar de mejor manera la vida de los grupos de interés, es así que, excede no solo del cumplimiento de las leyes y compromisos, que incluye métodos y estrategias para sus planes de negocio, y busca un verdadero equilibrio en los aspectos financieros, generales y medioambientales. La responsabilidad hacia las partes interesadas es un parte completo de la ciencia de la organización y está incorporada en el principio de vencer con honradez.

El Secretario General de ISO, Rob Steele, dijo: "ISO 26000 es una herramienta poderosa que puede ayudar a las organizaciones a transformarse de la buena voluntad a las buenas acciones". Por lo que, la norma ISO 26000 es vital para todas las empresas ya que brinda la posibilidad de un negocio que se enfatice en la sostenibilidad. Esto significa que no solo ofreciendo bienes y servicios que satisfagan las necesidades del cliente, pero también pudiendo funcionar de manera socialmente comprometido sin dañar el medio ambiente.

Los consumidores, los gobiernos, los gremios y la comunidad ejercen una presión cada vez mayor sobre las organizaciones para lograr este objetivo. Por lo tanto, los líderes de organizaciones visionarias reconocen que el triunfo perpetuo de sus organizaciones debe establecer negocios comprometidos. Practica de evitar acciones engañosas, como falsa balances y aprovechamiento profesional. Por lo tanto, el desafío es poner en práctica los principios de responsabilidad social en la organización, y aunque la comprensión de lo que es la "responsabilidad social" puede ser diferente de una empresa a otra, la organización debe implementar esta práctica de manera efectiva y eficiente.

Teniendo en cuenta las características de la investigación administrativa, se utilizará un diseño descriptivo no experimental para realizar esta investigación, que permitirá la construcción de elementos que contribuyan a la creación de un modelo de gestión empresarial socialmente responsable.

En general, la investigación propuesta en este trabajo se realiza en dos etapas. En la primera etapa de exploración, se recopilará información para identificar problemas y necesidades en la empresa en estudio. La identificación de estos temas permitirá la segunda fase de desarrollo, en la que se propondrán métodos y estrategias para diseñar un plan de responsabilidad social empresarial para los temas identificados.

De acuerdo con los planteamientos de Sampieri, (2014), "esta investigación se puede considerar como un estudio de carácter descriptivo ya que se van a identificar propiedades y características propias de una comunidad en un espacio de tiempo claramente definido".

Fuentes primarias: Se refiere a la información proporcionada por el personal, los empleados, los administradores y los gerentes de la empresa.

Fuentes secundarias: Incluye información recopilada mediante los documentos, artículos, trabajo e investigación relacionados con el tema social y su responsabilidad, que proporcionan una base práctica para sustentar la indagación y el desarrollo del procedimiento a implementar.

Por otra parte, Jonker & Witte (2006) manifiesta, “esta metodología a implementar se enmarca dentro de la hermenéutica ya que permite interpretar los mensajes planteados por los entrevistados y encuestados, para aportar de manera práctica a la creación de las estrategias a implementar dentro del plan de Responsabilidad Social”.

1.3. Diagnóstico de la empresa.

De acuerdo con los siete principios de responsabilidad social mencionados en ISO 26000, se presenta el estado actual de SEMAFOVIAL S. A

El análisis considera la información recopilada a través de la investigación de los grupos de interés internos y externos de la empresa para diagnosticar el estado de aplicación de cada uno de los siete principios de responsabilidad social.

Además, la información contenida en la página web oficial de SEMAFOVIAL S.A también será considerada para analizar su actual modelo de gestión, visión, misión, valores y principios organizacionales para determinar si la responsabilidad social está incluida en su definición.

1.3.1 Descripción de la empresa.

Semafovia es una empresa dedicada a la ejecución de proyectos de infraestructura con presencia a nivel nacional, con más de 10 años de experiencia.

Enfocada en prestar un servicio de calidad, en señalización vertical, señalización horizontal semaforización, proyectos de movilidad y transporte, la cual cuenta con el mejor talento humano calificado, capacitado y orientado a alcanzar los objetivos; incluyendo el respeto y la conservación del medio ambiente.

1.3.2 La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa Semafovia.

Conocido el nivel de responsabilidad social en Semafovia SA se precedió a aplicar una encuesta a los representantes de la empresa, trabajadores y agentes externos de la organización para conocer sus puntos de vista sobre el obediencia de la empresa con los siete principios de responsabilidad social definidos en la norma ISO 26000. Para preparar la encuesta, se analizó varios juicios de valoración de la

RSE propuestos por algunas organizaciones directamente relacionadas con este análisis: "Red Forum Company", "Ekos Corporation", "Banco Interamericano de Desarrollo" y "CERES".

Se eligió el criterio de Ekos Corporation porque la clasificación se basa en los siete principios de responsabilidad social corporativa de la norma ISO 26000.

El propósito general de este estudio es determinar la opinión de los jefes de la empresa (cuatro), los proveedores (cuatro) y los trabajadores internos (12) sobre el estado de RSE de la empresa.

Para ellos se procedió a encuestar al Gerente General, al administrador, al jefe de operaciones y jefe de obra.

Por otro lado, para investigar a los empleados internos, es preciso computar el volumen de la muestra, pero el tamaño de la muestra no es grande, por lo que se consideró el universo de empleados.

La encuesta representa una comparación el escenario existente de la empresa Semafovia en RSE con los principios planteados en la ISO 26000, los cuales son: Responsabilidad, Transparencia, Comportamiento Ético, Respeto a los intereses de los grupos de interés, Respeto al principio de legalidad, Respeto a las normas internacionales de conducta y Respeto a los derechos humanos.

Las encuestas realizadas se encuentran en el anexo 1.

Del resultado obtenido en base a la encuesta preparada, se obtuvo la siguiente información enfocados en los siete principios:

1.3.2.1 Rendición de cuentas

Jefes de la empresa. - informan que la empresa no publica informes sociales o informes de sostenibilidad de forma regular.

Trabajadores Internos. - El 100 % de los trabajadores desconoce la emisión de noticias sociales o relatos de sustentabilidad. Opinan además que no hay evidencia de acciones tangibles y concretas para cumplir con la rendición de cuentas por parte de la empresa.

Proveedores. - los informes de este conjunto no marcan una diferencia, ya que ellos consideran o se enfocan más bien en las ventas que puedan generar hacia la empresa Semafovia, sin embargo, piensan que la empresa no cumple con una rendición de cuentas que satisfaga a los empleados, según lo manifestado por los propios empleados internos.

1.3.2.2 Transparencia

Jefes de la empresa. - Afirman que la empresa revela claramente, información precisa y completa sobre políticas, decisiones y actividades de las cuales la empresa es responsable.

Afirmado que la información está disponible en el momento que los empleados así lo requieran, para todo aquel que esté interesado en revisar.

Trabajadores Internos. - El 58,3% de los trabajadores de la empresa cree que Semafovia es una empresa clara y que la información que proporciona sobre las manejos, disposiciones y movimientos responsables de la empresa es fiable

Proveedores. - Creen que Semafovia es efectivamente una empresa que se adhiere a tener transparencia, aunque no han tomado información directa sobre las manejos, disposiciones y movimientos implementadas por la empresa, indican claramente que la empresa sí lo ha hecho.

1.3.2.3 Comportamiento Ético

Jefes de la empresa. - Confirman que el comportamiento de la empresa se basa en los valores de ser honestos, ecuanimes e íntegros. Así mismo, manifestaron que la empresa ha determinado y dado a conocer formalmente sus valores y principios básicos y los ha publicado en todos los espacios físicos de la planta.

Trabajadores Internos. – El 83.33% de los trabajadores admitió que la empresa ha manifestado públicamente su enfoque oficial sobre la corrupción. Aceptan que la conducta ética es una de los pilares de la empresa y creen que es seguro trabajar en una empresa que tenga un enfoque que vaya de la mano en contra de la corrupción.

Proveedores. – Este grupo de interés manifestó que la empresa no tiene un buen procedimiento moralista, debido a la falta de pagos según los términos y condiciones acordados al momento de adquirir la mercadería, pese a que se realizada los pagos estos no son ejecutados durante los tiempos establecidos, si no más bien tienen a extenderse.

1.3.2.4 Respeto a los intereses de los grupos de interés

Jefes de la empresa. - Mencionaron que la empresa ha identificado plenamente a todos los principales grupos de interés, tienen un método claro de diálogo con cada grupo, y las acciones en curso de la empresa y los trabajos a realizar con los mismos, serán evaluadas continuamente. Sin embargo, admitieron que los salarios en algunos meses no han podido ser cancelados oportunamente, teniendo un desfase de tres a cuatros días.

Trabajadores Internos. – El 33.32% de los trabajadores cree que no existe un método claro de diálogo entre la empresa y los empleados, por lo que cree que no se tienen en balance las carencias de los mismos. Además, mencionaron que la empresa no tiene una forma efectiva de completar las necesidades de los trabajadores en el plan de desarrollo de la empresa.

Proveedores. – Creen que Semafoviai tiene un proceso de servicio de contrato claro con proveedores y empresarios, que puede proporcionar información conveniente para la participación en el contrato. Conjuntamente, también manifestaron que la empresa ha adoptado un método claro de diálogo. El foco de acción es brindar servicios de calidad

1.3.2.5 Respeto al principio de legalidad

Jefes de la empresa. - Confirman que la empresa practica el cumplimiento de las obligaciones legales para operar jurídicamente en el Ecuador, cumplen con el marco legal del país, así como con sus obligaciones en el marco de la ley.

Trabajadores Internos. – El 75% coincidió con los directivos de la empresa que se da cumplimiento de la normativa legal vigente, aunque mencionaron que tienen dudas al respecto del pago de la utilidad en el mes de abril de cada año, esto debido a que existe retrasos muchas veces de 30 días.

Proveedores. – Consideran que Semafoviai sí está alineada con la normativa legal del Ecuador para que cumplimientos de sus obligaciones y responsabilidades.

1.3.2.6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento

Jefes de la empresa. – Afirman que la empresa enfocada en un crecimiento mayor a largo plazo, respeta las normas comportamiento internacional, y considera proporciones y vías genuinos para tratar de ser capaz de para ejercer e influir en las organizaciones y autoridades relevantes para resolver los conflictos

Trabajadores Internos y proveedores. - Dan la razón que la empresa Semafoviai desempeña sus actividades en base a con la normativa internacional de comportamiento.

1.3.2.7 Respeto a los derechos humanos

Jefes de la empresa. – Afirieron que la organización respeta y promueve los derechos establecidos por la "Carta Universal de Derechos Humanos", enfocados que que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

Trabajadores Internos. – El 74.99% de los trabajadores dijo que no ha examinado la carta global de derechos humanos divulgada en la empresa. Además, mencionaron que la persona encargada de

recursos humanos de Semafovia, muchas veces está alineada al pensamiento de los directivos, lo cual es negativo porque cuando existe controversias entre los empleados o faltas, no existe un equilibrio para poder solventarlas, En el lado positivo, los empleados enfatizan el carácter intercultural de la organización, se encuentran bien tratados y la seguridad y salud ocupacional son la columna vertebral de la empresa.

Proveedores. – Estuvieron de acuerdo con los jefes de la empresa, indicando que la empresa respeta muy bien los derechos humanos y ha establecido procedimientos claros para informar si alguien se siente vulnerado en cuanto a sus derechos.

En base a la información obtenida mediante la encuesta plateada a los Stakeholders se obtuvo en resumen el siguiente:

Tabla 2
Síntesis de encuestas realizadas

PRINCIPIOS DE SE ISO 26000 STAKEHOLDER	1- Rendición de Cuentas	2- Transparencia	3- Comportamineto ético	4- Respeto a los intereses de los grupos de interes	5- Respeto al principio de legalidad	6- Respeto a la normativa internacional de comportamiento	7- Respeto a los Derechos Humanos
Empleados Internos (1)							
Ejecutivos de la Empresa (4)							
Proveedores (2)							

Fuente: Elaborado por el Investigador

Las partes interesadas creen que para que la empresa mejore deben revisar y regular las insuficiencias y faltas que se encuentran marcado de color verde.

1.4 Semafovia Modelo de Gestión de la Empresa

1.4.1 Factores críticos

Semafovia opera en el campo de la señalización vial, en este ámbito los elementos clave identificados son:

- Productos de calidad y servicio proporcionados
- La satisfacción del cliente y su compromiso con la contratación continua
- Variación en el manejo de los aspectos sociales, financieros y tecnológicas del país
- Aspectos legales que pueden limitar la ejecución de obras de la empresa

El análisis de cada uno de estos elementos proporciona asesoría muy valiosa que sirve para alcanzar las metas de la empresa, así como sus objetivos.

1.4.2 Estrategia

Mantener autoridad es una ventaja que la competencia exige a la empresa a redefinir perenemente sus elementos estratégicos porque ayudan a valorar el avance de la empresa y pueden responder a los cambios del mercado de manera oportuna.

Para mantenerse por delante de la competencia, Semafovia trata de mejorar su estrategia para convertirse en líder en la prestación de servicios de señalización vial, por lo que Semafovia intenta mantener una estrategia compuesta por tres pilares:

1.4.2.1 Orientación

Significa que Semafovia está dirigida exclusivamente a convertirse en la mejor opción dentro del mercado de la señalización vial, para la prestación de servicios de alta calidad con productos exclusivos que permitirán larga duración de sus trabajos y satisfacción a sus clientes.

1.4.2.2 Innovación

Que busca estar centrado en la creación de mejores ofertas en el mercado sin desmejorar con ellos la calidad de sus productos.

1.4.2.3 Calidad

Busca enfocarse en capacitación del personal técnico con la finalidad de obtener una mejor calidad en los productos y servicios que brinda, con la disciplina necesaria para mejores resultados.

1.4.3 Valores Corporativos

Para engrandecer la cultura de la empresa, Semafovia define los cuatro valores de la empresa, y todos los trabajadores deben estar alineados y ser responsables de integrar estos principios para orientar su comportamiento y utilizarlos como pilares de su cultura.

1.4.3.1 Enfoque al Cliente

El grupo de analistas de la empresa ha definido estas conductas como soporte y practica para este valor:

- Exponer a los trabajadores mejores formas de manifestar que la empresa tiene un alto conocimiento dentro del área a desenvolverse y el negocio con un pensamiento líder.
- Suministrar a sus consumidores materiales que les permitan vencer a los competidores o captar las tendencias del mercado emergente, y tomarse el tiempo para comprender su habilidad productiva y la dinámica del mercado

1.4.3.2 Inspiración

El grupo de analistas de la empresa ha definido estas conductas como soporte y practica para este valor:

- Despertar emociones en nuestro equipo de trabajo, especialmente sobre las necesidades de los clientes y cubrir mayor cantidad de servicio a menor precio.
- Recompense a quienes se adhieran a los productos de la empresa

1.4.3.3 Comunicación abierta

El grupo de analistas de la empresa ha definido estas conductas como soporte y practica para este valor:

- Independientemente de la jerarquía, la organización y los límites geográficos, comuníquese abiertamente con todos.
- Fomentar todo tipo de pensamientos y opiniones, sin miedo a hablar.
- Investigar rápidamente la retroalimentación para establecer procedencias de niveles de aprendizaje para el desarrollo personal y el del equipo.

1.4.3.4 Innovación

El grupo de analistas de la empresa ha definido estas conductas como soporte y practica para este valor:

- Proporcionar comentarios constructivos sobre cada idea.
- Ver los inconvenientes como una vía positiva para la innovación
- Reconociendo que la creación es la base del futuro desarrollo sostenible y el punto de referencia básico para tomar acciones destacadas.

1.4.4 Organigrama Funcional de la empresa Semafovia

La empresa Semafovia esta constituida funcionalmente de la siguiente manera:

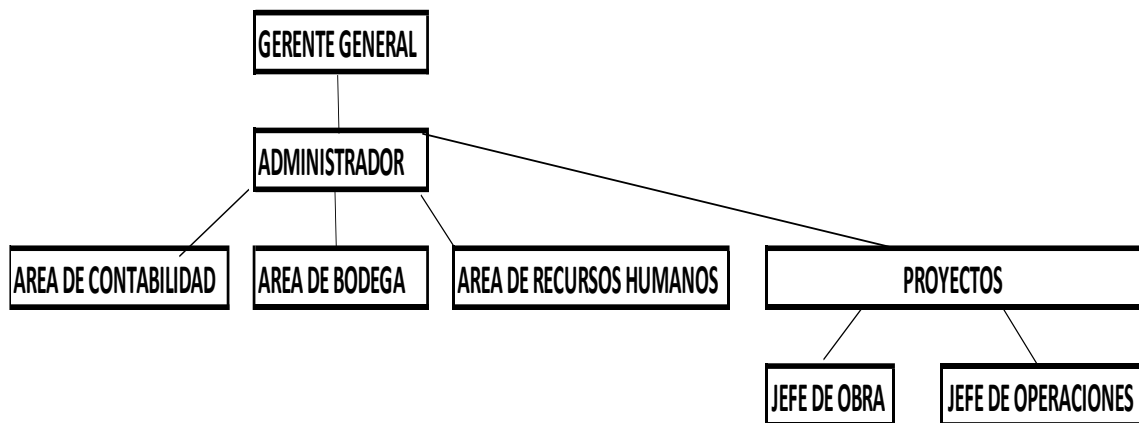


Figura 3: Organigrama funcional Semafovia S.A

Fuente: Elaborado por el Investigador

1.4.5 Conclusiones del Actual Modelos de Semafovia.

Luego de estudiar cada tema que constituye el modelo de gestión actual de Semafovia, se puede apreciar que, a escala global, existe una visión, misión y estrategia de empresa.

Sin embargo, la empresa no incluye metas para el logro de la sustentabilidad y sus divisiones, sino que solo se enfoca en metas financieras, productivos y de reestructuración para optimizar los procesos y obtener retornos económicos lo más pronto posible.

Sin embargo, la empresa no incluye el logro de la sustentabilidad y sus metas departamentales, sino que solo se enfoca en metas financieras, productivas y de reestructuración para mejorar los procesos y obtener retornos económicos lo más pronto posible.

Por otra parte, en base a la distribución organizacional, se puede concluir que no existe una persona comprometida o identificado para revisar el cumplimiento de los factores de responsabilidad social corporativa.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

MODELO DE GESTION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En esta propuesta se definen algunas operaciones que la empresa Semafoviai debe emprender para cumplir cabalmente con los siete principios de responsabilidad social corporativa y desarrollar un modelo de gestión que incorpore estos principios.

2.1 Acciones necesarias para cumplir con los siete principios de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Semafoviai S.A.

2.1.1 La rendición de cuentas

Las medidas que debe tomar Semafoviai para alcanzar resultados con este principio son:

1. Al interior de la empresa, los informes sociales y los informes de sostenibilidad se deben enviar a todos los empleados a través de correo electrónico para que comprendan la situación y expresen opiniones, críticas y sugerencias.
2. Publique los estados financieros anuales en el sitio web de la empresa para que los trabajadores puedan comprender la información de primera mano.
3. Tener a los clientes, proveedores y empleados internos informados de los trámites sociales que la empresa puede realizar como acto solidario.

2.1.2 La transparencia

Las medidas que debe tomar Semafoviai para alcanzar resultados con este principio son:

1. En la estrategia, debe definir los estándares y normas que utiliza la organización para evaluar el desempeño relacionado con la responsabilidad social.
2. Publique la fuente de los recursos financieros en la intranet de la empresa
3. Informar al proveedor del juicio y operación de la empresa para considerar, seleccionar y participar en el proyecto.

2.1.3 El comportamiento ético

Las medidas que debe tomar Semafoviai para alcanzar resultados con este principio son:

1. Ampliar la distribución de su código de ética a sus proveedores, para su conocimiento y cumplimiento, porque es la carta de lo ético de la empresa frente a los clientes.
2. Priorizar pagos iguales para todos los que proporcionan los insumos a la empresa, con la finalidad de cumplir con las obligaciones adquiridas en base a la capacidad de endeudamiento de la empresa.
3. Mantenga los requisitos y circunstancias de pago acordados en el contrato firmado y no los modifique, solo en el caso de que el proveedor los acepte previamente.

2.1.4 El respeto a los intereses de los grupos de interés

Las medidas que debe tomar Semafovia para alcanzar resultados con este principio son:

1. Instituir un método claro para conducir a los jefes de la empresa y los trabajadores, para mantener conversaciones periódicas donde exista un dialogo para resolver problemas o cubrir necesidades.
2. Trabajar con empleados, proveedores y clientes para evaluar comportamientos que puedan afectarlos y minimizar o evitar dichos comportamientos.
3. Inspeccionar y verificar el avance de la relación con las partes interesadas.

2.1.5 El respeto al principio de legalidad

Las medidas que debe tomar Semafovia para alcanzar resultados con este principio son:

1. Según la ley ecuatoriana, la mayor ganancia anual de la empresa se paga a los empleados y sus familias hasta el 15 de abril, por lo que se debe pagar a los empleados hasta esa fecha.
2. Que la empresa informa a los trabajadores internos, proveedores y clientes de todas sus obligaciones legales a través del sitio web de la empresa.

2.1.6 El respeto a la normativa internacional de comportamiento

Semafovia no tiene acciones futuras para cumplir con este principio porque cumple con las reglas de comportamiento organizacional derivadas de convenciones internacionales y principios internacionales reconocidos.

2.1.7 El respeto a los derechos humanos

Las medidas que debe tomar Semafovia para alcanzar resultados con este principio son:

1. Transmitir la "Carta Universal de Derechos Humanos" de una manera más evidente en la Intranet. Esto para que todos los empleados de la empresa pueden comprender plenamente su situación y derechos.

2.2 Nuevo Modelo de Gestión de la Empresa Semafovia

El nuevo modelo propuesto en este capítulo es una contribución al modelo actual. Un modelo cuya visión, misión y objetivos estén enfocados primordialmente con el fin de alcanzar el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Basados en buscar implementar dentro del mismo los siete principios de responsabilidad social y no realizar modificaciones más allá de eso.

2.2.1 Los factores críticos del negocio.

Los elementos comerciales críticos que se pueden incluir en el nuevo modelo y ser aplicados por Semafovia son:

La integración de actividades de RSE en áreas funcionales. - Asegurar que los movimientos de responsabilidad social sean comprometidos con la estructura organizativa de SEMAFOVIAL.

La ética de negocio y responsabilidad social. - Por la definición del proceso que realiza la empresa en la comunidad, la misma que debe presentar una aprobación honesta y social de las decisiones que lleva la empresa.

Los factores medioambientales. - Las situaciones en las que manobra la empresa.

2.2.2 La estrategia

La estrategia actualmente determinada por la empresa se enfoca en el comprador, la creación de producto y la calidad final en la ejecución del servicio, pero no existe elementos coherentes con la responsabilidad social en esta estrategia.

Por lo que, Semafovia debe incorporar los siguientes tres pilares en los principales puntos de la estrategia de la empresa:

2.2.2.1 La orientación

Entre los grupos de interés, la dirección de todos los grupos de interés que aún no han encontrado esta estrategia es: trabajadores internos y proveedores. De esta forma, es posible analizar los requisitos y requerimientos que pueda tener la empresa, para lograr una buena relación del bien recíproco.

Orientación comunitaria para analizar los derechos y compromisos sociales de la colectividad donde se ubica la empresa, a fin de certificar que los vecinos del sector los acepten y que no se vean afectados de ninguna forma (derechos de cada uno de los individuos, la salud, la tranquilidad, etc.).

Para asegurarse de que las actividades de la empresa no afecten el agua, el aire y el suelo, prestar atención al medio ambiente.

2.2.2.2 La innovación

Innovación en tecnologías limpias para volver a usar los desechos de sus productos, y para, promover y desplegar un programa de exploración y progreso de métodos para energías limpias (que no afecten el medio donde se labora).

Optimizar los recursos efectivos para cumplir como empresa de revisión para alcanzar la innovación y desarrollo, para promover acciones que optimicen los recursos que se mantiene. (espacio físico, materias primas, maquinaria, procesos).

2.2.2.3 La calidad

La gestión de la calidad total, mediante el correcto uso y ahorro de recursos, no solo satisface a todos los grupos de interés de los clientes, sino que también satisface todos los intereses de los jefes, trabajadores internos, proveedores, comunidades y medio ambiente.

a calidad de vida de los empleados, con el fin de complementar la calidad de los productos e implementar la disciplina de los servicios que brinda la empresa, debe implementarse mediante la implementación del plan de integración para sus familias, y la asistencia social de participación de los empleados.

2.3. Los valores corporativos

Los cuatro valores corporativos del actual modelo de gestión de la compañía aún no han incluido aspectos de responsabilidad social en su contenido, o al menos no están claros.

Los aspectos que la compañía debe unir a cada uno de los 4 valores son:

2.3.1 El enfoque al cliente

Motivar a sus compradores, para la participación activa en actividades de solidaridad a favor de la comunidad y el desarrollo sostenible del medio ambiente.

Ofrezca a sus compradores productos basados en estándares de calidad altos y los mismos estén creados con un bajo impacto ambiental.

2.3.2 La inspiración

Motivar el conocimiento de los voluntarios sociales como una experiencia habitual en los trabajadores que promueven y sea parte de su gusto personal, con sentimiento directamente relacionado con la alta gerencia.

Orientar hacia el ejercicio de un liderazgo que vaya de la mano con lo ético y además cumpla con parámetros creativos dentro de la empresa, por lo que los empleados pueden ofrecer ideas para mejorar cada proceso y ser parte de las enmiendas que ayudan a la compañía a funcionar mejor.

2.3.3 La comunicación abierta

Creación de momentos y análisis de procesos para el diálogo directo entre los jefes y trabajadores que son prácticos y efectivos como agentes climáticos internos y sesiones de retroalimentación periódicas para identificar acciones y empleados de los empleados.

Incentivar a una comunicación abierta con los encargados se suministrar la materia prima y con la comunidad, con el objetivo de sentir una parte importante de la operación de la sociedad y, por lo tanto, saber sus necesidades para asistir de primera mano.

2.3.4 La innovación

Se enfoque en las nuevas tecnologías para suministrar bienes y servicios efectivos que sean partidarios con el medio ambiente y los espacios, donde desarrolla los trabajos la empresa.

Recompensar las ideas creadoras de los trabajadores mediante alicientes monetarios y no monetarios.

2.4 Organigrama Funcional

La empresa Semafovia cuenta con un organigrama funcional claramente definido y fiable en el modelo de gestión actual, pero en él no se distingue entre las áreas de actividad de responsabilidad social o directivos que pertenecen al ámbito de desarrollo sostenible de la empresa. Por ello, el organigrama de la empresa debe incluir un área específica para resolver problemas concernientes con la responsabilidad social y asegurar el cumplimiento de los siete principios de RSE de la norma ISO 26000

A fin de cumplir con la debida responsabilidad en el marco social empresarial, la persona que se vaya a encargar de la misma debería cumplir funciones como:

- Velar por el cabal desempeño de los objetivos y términos de responsabilidad social corporativa
- Velar para que los empleados y gerentes cumplan fielmente con la misión y visión de la empresa.
- Velar por el fiel acatamiento de normativa que rige en el Ecuador, así como el pago de los impuestos que se generen.
- Actuar como mediador ante los grupos de interés de la empresa para resolver conflictos entre trabajadores, proveedores, medio ambiente, consumidores, comunidades, gobiernos y jefes de la empresa.
- Incitar la conexión entre los valores y principios éticos de la empresa y las actitudes personales de los trabajadores.
- Publicar y dar a conocer a proveedores, empresarios y comunidades sobre los valores y la ética de la empresa.
- Desarrollar planes de bienestar comunitario y en lo relacionado a lo social.
- Garantizar la misión responsable de los proveedores e incorporar requisitos de responsabilidad y sostenibilidad en las políticas de adquisiciones.

- Mostrar datos económicos, sociales y medioambientales sobre las actividades de la empresa en Internet.

2.5 Conclusiones del nuevo Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Semafovia

El nuevo modelo de gestión propuesto une los principios de responsabilidad social y sostenibilidad en los factores clave de la empresa, estrategia empresarial, valor corporativo y estructura organizativa funcional.

Al incorporar el contenido de la responsabilidad social en el nuevo modelo de gestión, se logra satisfacer las necesidades de los grupos de interés y plantear soluciones para los errores o deficiencias del modelo actual, porque la empresa hasta ahora solo se enfoca en la economía, las finanzas, los procesos y la reestructuración, y retiene aspectos importantes de las partes interesadas.

Con esto se busca que la fijación de la responsabilidad social, en este modelo propuesto brindará el camino a la empresa para fortalecer su destreza e imagen corporativa y mejorar la los estándares dentro del mercado de su competencia.

2.6 Los criterios de comprobación del nuevo Modelo de Gestión

Para comprobar el desempeño del nuevo modelo de gestión, es necesario realizar estudios de diagnóstico como se establece en el Anexo 1 a todos los inmersos como responsables de la empresa cada 6 meses.

Los resultados de la encuesta mostrarán la situación actual de la empresa en base a los siete elementos de responsabilidad social especificados en la norma ISO 26000.

Los asuntos diferidos y los puntos de acción serán definidos y deberán ser revisados continuamente por la persona que será nombrada o contratada como responsable de responsabilidad social corporativa para seguir corrigiendo las deficiencias existentes de la empresa y llegar a una nueva exploración cada seis meses y evaluar el progreso significativo.

2. 7 Matriz de articulación

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 3
Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS
Capítulo 1: Descripción del proyecto	Los siete principios de Responsabilidad Social Empresarial Normas ISO 26000 La Responsabilidad Social en el Ecuador y la normativa que la rige.	Modelo de Gestión Enfoque cualitativo Revisión documental	Encuesta Revisión documental	Modelo de Gestión generado en base a la experiencia de la empresa, sin embargo, no existe la implementación de la responsabilidad social empresarial, enfocado a los siete principios detallados en la Norma ISO 26000. Falta de cultura organizacional para el manejo sustentable y desarrollo sostenible.
Capítulo 2: Propuesta	Pensamiento Estratégico Planificación Estratégica	Valores Corporativos Objetivos Acciones	Análisis de resultados obtenidos de los Stakeholder, aplicación de los siete principios de responsabilidad social	Modelo de Gestión basado en Responsabilidad Social para la Empresa Semafovia S.A..

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Determinado el modelo de gestión actual de Semafovia, se concluye que la empresa tiene algunas faltas en el cumplimiento de los principios de responsabilidad social, entre las cuales figuran: retraso en el desembolso de las utilidades según la normativa a los trabajadores, difusión escasa de los estándares éticos, publicación insuficiente de los estados financieros e insuficiencia del plan de acción social, lo que afecta la estrategia comercial de la organización y el valor corporativo en cierta medida.

Las trabajos o cambios que debe realizar la empresa en el sistema de gestión actual, incluidas las responsabilidades sociales, están precisamente enfocadas a corregir las deficiencias antes mencionadas, lo que dará como resultado que la empresa mejore su metodología de negocio frente a los grupos públicos o privados.

Este nuevo modelo de gestión propuesto en esta investigación tiene como objetivo mejorar el sistema de gestión actual incluyendo el aspecto social y su responsabilidad corporativa de una forma dinámica y práctica, de manera de sentar las bases para la mejora continua de la organización y permitirle alcanzar una ventaja competitiva real con sostenibilidad. Equilibrio entre economía, finanzas, sociedad y medio ambiente.

El estándar para comprobar el cumplimiento del nuevo modelo de gestión propuesto en este estudio es realizar una encuesta de diagnóstico como se describe en el Anexo 1 a todos los grupos de interés de la empresa cada seis meses, para determinar el estado más reciente de la empresa en el seguimiento de los siete principios. Las responsabilidades en la norma ISO 26000 serán definidas, pendientes y los puntos de actuación corresponderán ser revisados por el responsable asignado para el tema de la responsabilidad social.

Al final, la investigación realizada concluyó que, con base en los elementos y normas de la responsabilidad social corporativa, se diseñó este modelo para Semafovia, que le dará como resultado la mejora de su estrategia empresarial, apegado a la normativa y en busca de resultados positivos, para satisfacer las necesidades y cumplir con los requerimientos de los stakeholder.

RECOMENDACIONES

La empresa Semafovia se le recomienda que tome como referencia este modelo nuevo de gestión propuesto y lo aplique en su accionar para corregir las deficiencias encontradas en el análisis del modelo de gestión actual, lo que contribuirá a mejorar de manera positiva su imagen y tendrá un impacto positivo en sus partes interesadas, lo que le brindará mejorar su capacidad y sostenibilidad a largo plazo.

Para realizar y poner en marcha la implementación de este modelo de gestión basado en la responsabilidad social para la empresa, Al gerente se le recomienda que comience con la contratación, o que designe a las personas responsables de controlar la responsabilidad social, y estas personas trabajarán en la implementación de un método de acción. Incorporar íntegramente los principios de responsabilidad social al actual modelo, considerando así las operaciones mencionadas en esta investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- CANSINO, J. y Morales, M. (2008). (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Santiago: departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile.* Chile.
- Carroll, A. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.* Indiana.
- Cassini, R. (2008). *Definición de modelo de gestión – Qué es, significado y concepto.* Barcelona.
- Comisión Europea. (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
- Custodio, A. (2008). Métodos y técnicas de investigación científica.
- DESUR.(2015). <http://responsabilidadsocialquito.com.ec/wp-content/uploads/2015/09/DESUR>. *Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones. Desarrollando regiones sostenibles a través de PYMEs responsables.*
- Donalsond, L. &. (1991). *Stewardship Theory of Agency* . Australian.
- Ecuador, C. d. (2008). Montecristi, Ecuador. Constitución de la República del Ecuador.
- Freeman, R. E. (1994). *“The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions”*, *Business Ethics Quarterly* 4 .
- Garriga, E., & Domenec, M. (2004). *Corporate social responsibility theories: mapping* . Amsterdam: Kluwer Academic.
- HARTMAN, C. a. (1997). *Green alliances: building new business with environmental groups.*
- Kramer, P. M. (2006). *Estrategia y Sociedad:el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa.* Harvard Business Review.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación.* Mexico.
- Zadek, S. (2007). *El estado de la Competitividad Responsable.* Londres.

ANEXOS 1

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS GRUPOS DE INTERÉS

Comparación de la situación real de la empresa Semafovia S.A.

7 siete principios de la Norma ISO 26000 RSE

TRABAJADORES INTERNOS (12)

1. Rendición de cuentas

1. ¿La organización publica reportes sociales o memorias de sostenibilidad de manera periódica, con la verificación de una auditora reconocida y con la evaluación, por ejemplo, del GRI?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12
2. ¿Se difunde dicho reporte a todo nivel, primero, dentro de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12
3. ¿El personal de la organización conoce, a ciencia cierta, de qué se trata ese reporte o memoria?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12
4. ¿Se incentiva, de manera fehaciente, para que los grupos de interés de la organización opinen, critiquen y efectúen evaluaciones acerca del contenido de ese reporte?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12
5. ¿Se toman acciones sobre esas observaciones efectuadas?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12
6. ¿Se evidencian tangible y objetivamente esas acciones?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	100%	12
<i>total respuestas</i>		12

2. Transparencia

7. ¿La organización revela de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	16.66%	2
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	50%	6
Desconocido	0%	0

total respuestas **12**

8. ¿Esa información está fácilmente disponible y es directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto, o podrían verse impactados de manera significativa por la organización?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	8.33%	1
Mediano	25%	3
Alto	58.33%	7
Desconocido	0%	0

total respuestas **12**

9. ¿La organización difunde, entre sus grupos de interés, las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	8.33%	1
Mediano	25%	3
Alto	58.33%	7
Desconocido	0%	0

total respuestas **12**

3. Comportamiento Ético

10. ¿Hay evidencias tangibles de que la organización fundamenta su comportamiento en los valores de la honestidad, equidad e integridad?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	16.66%	2
Alto	83.33%	10
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
11. ¿La organización tiene -de manera formal- identificados y declarados sus valores y principios fundamentales?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	8.33%	1
Mediano	0%	0
Alto	83.33%	10
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
12. ¿Todo el personal, a todo nivel, conoce y practica esos principios y valores?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	58.33%	7
Desconocido	8.33%	1
<i>total respuestas</i>		12
13. ¿Evidencia la organización ese conocimiento y esa práctica?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	58.33%	7
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
14. ¿La organización tiene un código de ética?		

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	83.33%	10
Desconocido	16.66%	2
<i>total respuestas</i>		12

15. ¿En la elaboración de ese código de ética intervinieron, al menos, tres de sus principales grupos de interés? (Por ejemplo: accionistas, personal, proveedores, clientes, organismos de control).

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	0%	0
Desconocido	66.66%	8
<i>total respuestas</i>		12

4. Respeto a los intereses de los grupos de interés

16. ¿La organización tiene identificados sus principales grupos de interés?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	8.33%	1
Mediano	41.66%	5
Alto	41.66%	5
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

17. ¿Existe una metodología para el diálogo con esos grupos de interés?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	8.33%	1
Mediano	16.66%	2
Alto	50%	6
Desconocido	16.66%	2

<i>total respuestas</i>		12
18. ¿Se evalúan las acciones que podrían impactar a sus principales grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	16.66%	2
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	50%	6
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
19. ¿Se manejan registros acerca del avance y progreso de la relación con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	33.33%	4
Alto	33.33%	4
Desconocido	16.66%	2
<i>total respuestas</i>		12
20. ¿Están periódicamente siendo evaluados esos avances y progreso por la alta dirección de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	33.33%	4
Alto	16.66%	2
Desconocido	33.33%	4
<i>total respuestas</i>		12
21. ¿La planificación estratégica de la organización utiliza como uno de sus elementos fundamentales los diálogos con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	16.66%	2
Alto	50%	6
Desconocido	16.66%	2
<i>total respuestas</i>		12

5. Respeto al principio de legalidad

22. ¿La organización cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, incluso si aquellas leyes y regulaciones no se desempeñan de manera adecuada?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	16.66%	2
Alto	75%	9
Desconocido	8.33%	1
<i>total respuestas</i>		12
23. ¿Tiene alguna metodología para asegurar que sus relaciones y actividades cumplen con el marco legal previsto y aplicable?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	16.66%	2
Alto	50%	6
Desconocido	33.33%	4
<i>total respuestas</i>		12
24. ¿La organización se mantiene informada de todas sus obligaciones legales?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	8.33%	1
Mediano	33.33%	4
Alto	58.33%	7
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

25. ¿Cómo revisa –periódicamente- su grado de cumplimiento respecto de las leyes y regulaciones que son de su aplicación?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	33.33%	4
Alto	66.66%	8
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento

26. ¿La organización tiene identificadas situaciones en las que la ley local o su implementación no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	33.33%	4
Alto	50%	6
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

27. ¿Si existiera ese defecto, la organización se esfuerza por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	16.66%	2
Mediano	33.33%	4
Alto	50%	6
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

28. ¿De qué manera la organización se preserva de no ser cómplice en las actividades de otra organización vinculada -o no- que no sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	8.33%	1
Mediano	33.33%	4
Alto	58.33%	7
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12

7. Respeto a los Derechos Humanos

29. ¿En algún departamento, área u oficina se encuentra, de manera física o en otro medio, la declaración universal de los DD.HH?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	8.33%	1
Bajo	50%	6
Mediano	16.66%	2
Alto	0%	0
Desconocido	25%	3
<i>total respuestas</i>		12
30. ¿La organización tiene delegada, formalmente, una autoridad que se responsabilice por la difusión, capacitación, estudio y ejercicio de los DD.HH. internamente y en sus grupos de interés, principalmente, entre sus proveedores y clientes?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	50%	6
Mediano	33.33%	4
Alto	0%	0
Desconocido	16.66%	2
<i>total respuestas</i>		12
31. ¿Se tiene establecido un claro procedimiento en caso de que alguien relacionado con la organización sienta vulnerados sus DD.HH?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	50%	6
Mediano	33.33%	4
Alto	0%	0
Desconocido	16.66%	2
<i>total respuestas</i>		12

JEFES DE LA EMPRESA (4)

1. Rendición de cuentas

1. ¿La organización publica reportes sociales o memorias de sostenibilidad de manera periódica, con la verificación de una auditora reconocida y con la evaluación, por ejemplo, del GRI?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
2. ¿Se difunde dicho reporte a todo nivel, primero, dentro de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
3. ¿El personal de la organización conoce, a ciencia cierta, de qué se trata ese reporte o memoria?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
4. ¿Se incentiva, de manera fehaciente, para que los grupos de interés de la organización opinen, critiquen y efectúen evaluaciones acerca del contenido de ese reporte?		

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

5. ¿Se toman acciones sobre esas observaciones efectuadas?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

6. ¿Se evidencian tangible y objetivamente esas acciones?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

2. Transparencia

7. ¿La organización revela de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

8. ¿Esa información está fácilmente disponible y es directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto, o podrían verse impactados de manera significativa por la organización?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

9. ¿La organización difunde, entre sus grupos de interés, las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

3. Comportamiento Ético

10. ¿Hay evidencias tangibles de que la organización fundamenta su comportamiento en los valores de la honestidad, equidad e integridad?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

11. ¿La organización tiene -de manera formal- identificados y declarados sus valores y principios fundamentales?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
12. ¿Todo el personal, a todo nivel, conoce y practica esos principios y valores?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
13. ¿Evidencia la organización ese conocimiento y esa práctica?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
14. ¿La organización tiene un código de ética?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>		4
15. ¿En la elaboración de ese código de ética intervinieron, al menos, tres de sus principales grupos de interés? (Por ejemplo: accionistas, personal, proveedores, clientes, organismos de control).		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

4. Respeto a los intereses de los grupos de interés

16. ¿La organización tiene identificados sus principales grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
17. ¿Existe una metodología para el diálogo con esos grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
18. ¿Se evalúan las acciones que podrían impactar a sus principales grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
19. ¿Se manejan registros acerca del avance y progreso de la relación con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
20. ¿Están periódicamente siendo evaluados esos avances y progreso por la alta dirección de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
21. ¿La planificación estratégica de la organización utiliza como uno de sus elementos fundamentales los diálogos con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relación de respuesta en porcentaje	Relación de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

5. Respeto al principio de legalidad

22. ¿La organización cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, incluso si aquellas leyes y regulaciones no se desempeñan de manera adecuada?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
23. ¿Tiene alguna metodología para asegurar que sus relaciones y actividades cumplen con el marco legal previsto y aplicable?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
24. ¿La organización se mantiene informada de todas sus obligaciones legales?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
25. ¿Cómo revisa –periódicamente- su grado de cumplimiento respecto de las leyes y regulaciones que son de su aplicación?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento

26. ¿La organización tiene identificadas situaciones en las que la ley local o su implementación no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

27. ¿Si existiera ese defecto, la organización se esfuerza por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

28. ¿De qué manera la organización se preserva de no ser cómplice en las actividades de otra organización vinculada -o no- que no sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

7. Respeto a los Derechos Humanos

29. ¿En algún departamento, área u oficina se encuentra, de manera física o en otro medio, la declaración universal de los DD.HH?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

30. ¿La organización tiene delegada, formalmente, una autoridad que se responsabilice por la difusión, capacitación, estudio y ejercicio de los DD.HH. internamente y en sus grupos de interés, principalmente, entre sus proveedores y clientes?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

31. ¿Se tiene establecido un claro procedimiento en caso de que alguien relacionado con la organización sienta vulnerados sus DD.HH.?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

PROVEEDORES (4)

1. Rendición de cuentas

1. ¿La organización publica reportes sociales o memorias de sostenibilidad de manera periódica, con la verificación de una auditora reconocida y con la evaluación, por ejemplo, del GRI?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	50%	2
Mediano	0%	0
Alto	50%	2
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
2. ¿Se difunde dicho reporte a todo nivel, primero, dentro de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4
3. ¿El personal de la organización conoce, a ciencia cierta, de qué se trata ese reporte o memoria?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4
4. ¿Se incentiva, de manera fehaciente, para que los grupos de interés de la organización opinen, critiquen y efectúen evaluaciones acerca del contenido de ese reporte?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		12
5. ¿Se toman acciones sobre esas observaciones efectuadas?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	25%	1
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4
6. ¿Se evidencian tangible y objetivamente esas acciones?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4

2. Transparencia

7. ¿La organización revela de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

8. ¿Esa información está fácilmente disponible y es directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto, o podrían verse impactados de manera significativa por la organización?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	50%	2
Alto	25%	1
Desconocido	25%	1
<i>total respuestas</i>		4

9. ¿La organización difunde, entre sus grupos de interés, las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

3. Comportamiento Ético

10. ¿Hay evidencias tangibles de que la organización fundamenta su comportamiento en los valores de la honestidad, equidad e integridad?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	50%	2
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

11. ¿La organización tiene -de manera formal- identificados y declarados sus valores y principios fundamentales?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	50%	2
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4
12. ¿Todo el personal, a todo nivel, conoce y practica esos principios y valores?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	50%	2
Desconocido	50%	2
<i>total respuestas</i>		4
13. ¿Evidencia la organización ese conocimiento y esa práctica?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	50%	2
Mediano	50%	2
Alto	0%	0
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
14. ¿La organización tiene un código de ética?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
15. ¿En la elaboración de ese código de ética intervinieron, al menos, tres de sus principales grupos de interés? (Por ejemplo: accionistas, personal, proveedores, clientes, organismos de control).		

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	50%	2
Bajo	50%	2
Mediano	0%	0
Alto	0%	0
Desconocido	50%	0
<i>total respuestas</i>		4

4. Respeto a los intereses de los grupos de interés

16. ¿La organización tiene identificados sus principales grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
17. ¿Existe una metodología para el diálogo con esos grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
18. ¿Se evalúan las acciones que podrían impactar a sus principales grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

19. ¿Se manejan registros acerca del avance y progreso de la relación con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		12
20. ¿Están periódicamente siendo evaluados esos avances y progreso por la alta dirección de la organización?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	25%	1
Alto	75%	3
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
21. ¿La planificación estratégica de la organización utiliza como uno de sus elementos fundamentales los diálogos con sus grupos de interés?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	75%	3
Alto	25%	1
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

5. Respeto al principio de legalidad

22. ¿La organización cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, incluso si aquellas leyes y regulaciones no se desempeñan de manera adecuada?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
23. ¿Tiene alguna metodología para asegurar que sus relaciones y actividades cumplen con el marco legal previsto y aplicable?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
24. ¿La organización se mantiene informada de todas sus obligaciones legales?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
25. ¿Cómo revisa –periódicamente- su grado de cumplimiento respecto de las leyes y regulaciones que son de su aplicación?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	75%	3
Desconocido	25%	1
<i>total respuestas</i>		4

6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento

26. ¿La organización tiene identificadas situaciones en las que la ley local o su implementación no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
27. ¿Si existiera ese defecto, la organización se esfuerza por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4
28. ¿De qué manera la organización se preserva de no ser cómplice en las actividades de otra organización vinculada -o no- que no sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0
<i>total respuestas</i>		4

7. Respeto a los Derechos Humanos

29. ¿En algún departamento, área u oficina se encuentra, de manera física o en otro medio, la declaración universal de los DD.HH?		
Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

30. ¿La organización tiene delegada, formalmente, una autoridad que se responsabilice por la difusión, capacitación, estudio y ejercicio de los DD.HH. internamente y en sus grupos de interés, principalmente, entre sus proveedores y clientes?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

31. ¿Se tiene establecido un claro procedimiento en caso de que alguien relacionado con la organización sienta vulnerados sus DD.HH?

Opciones de Respuestas	Relacion de respuesta en porcentaje	Relacion de respuesta numérica
------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Nulo	0%	0
Bajo	0%	0
Mediano	0%	0
Alto	100%	4
Desconocido	0%	0

<i>total respuestas</i>	4
-------------------------	----------

