



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

INSTITUTO DE POSTGRADO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**Responsabilidad social y la gestión ambiental de la
empresa pública Santa Elena EP, año 2020**

**Previo a la obtención del título de:
Magister en Administración Pública**

Autor: Ahmed Pomares Godínez

La Libertad – Ecuador

2021



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

INSTITUTO DE POSTGRADO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**Responsabilidad social y la gestión ambiental de la
empresa pública Santa Elena EP, año 2020**

**Previo a la obtención del título de:
Magister en Administración Pública**

Autor: Ahmed Pomares Godínez

Tutor

Ing. Carlos E. Balmaseda Espinosa, PhD.

La Libertad – Ecuador

2021

TRIBUNAL DE GRADO



Firmado digitalmente por:
ARTURO GUSTAVO
BENAVIDES
RODRIGUEZ

Ing. Arturo Gustavo Benavides Rodríguez, PhD
DIRECTOR INSTITUTO DE POSTGRADO

Ing. Manuel Roberto Serrano Luyo, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA

Ing. Carlos Alberto Balmaseda Espinosa, PhD
DOCENTE TUTOR

Lcdo. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, MSc.
COORDINADOR DEL PROGRAMA

Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación y Desarrollo **Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, año 2020** elaborado por el maestrante **Lcdo. Ahmed Pomares Godínez**, egresado de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, PRIMERA COHORTE**, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual apruebo este trabajo en todas sus partes.

Atentamente,



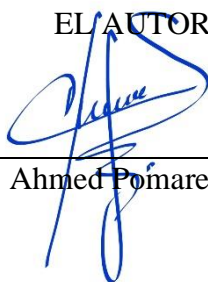
Ing. Carlos E. Balmaseda Espinosa, PhD.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El trabajo que se presenta es el resultado del Proyecto de Investigación y Desarrollo **Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, año 2020** elaborado previo a la obtención del Grado Académico de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas y fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación.

EL AUTOR



Lcdo. Ahmed Pomares Godínez

DEDICATORIA

“A mi familia y todas aquellas personas que, con su aporte, han hecho posible el cumplimiento de este objetivo”.

Muchas gracias.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a dios por haberme permitido culminar esta etapa en la vida, a mi familia por ser el motor principal para el cumplimiento de las metas, a todos mis compañeros de trabajo, familia de la Empresa Pública UPSE, por el acompañamiento y colaboración en este proyecto. De manera especial a mis Tutores, Dr. Balmaseda y MSc. María Mederos, que me han brindado todo el soporte académico, intelectual y su sincera amistad para el cumplimiento de este objetivo en mi vida.

Gracias de todo corazón.

Índice General

TRIBUNAL DE GRADO	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iv
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
Situación problemática	2
Formulación del problema	3
Justificación Legal	3
Constitución del Ecuador	3
Ley de Empresas Públicas.....	5
Ley de Medio Ambiente	5
Reforma de Estatutos de creación de la Empresa Pública UPSE.....	5
Normas de Control Interno	6
Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos.....	6
Hipótesis	7
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	8
1.1.- Antecedentes de la investigación	8
1.2.- Bases teóricas	9
1.2.1.- Desarrollo sostenible	9
1.2.2.- Empresa socialmente responsable	11
1.2.3.- Indicadores Ethos	11
1.2.4.- Gestión social	15
1.2.5.- Gestión Ambiental responsable	17
1.2.6.- Modelo para la gestión social y ambiental	19
1.2.7.-Desempeño de las empresas	20
CAPÍTULO II. MATERIALES Y MÉTODOS	25
2.1.- Contexto territorial de la empresa pública Santa Elena EP	25
2.2.- Tipo y diseño de la investigación	25
2.3.- Población y tamaño de la muestra	26

2.4.- Técnicas de recolección de datos	26
2.4.1.- Recopilación de datos	26
2.4.2.- Selección de los expertos	27
2.4.3.- Análisis de valoración de expertos.....	27
2.5.- Procesamiento de la información.....	29
<i>CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</i>	31
3.1.- Análisis e interpretación de resultados de la Identificación de indicadores.....	31
3.1.1.- Selección de los expertos	32
3.1.2.- Validación del grado de pertinencia de los indicadores identificados	33
3.2.- Análisis e interpretación de resultados de la Caracterización de la empresa pública Santa Elena EP con el empleo de Indicadores Ethos.....	35
3.2.1.- Indicador 1: Compromisos Éticos	37
3.2.2.- Indicador 2: Arraigo en la Cultura Organizativa	39
3.2.3.- Indicador 3: Relaciones con la Competencia	40
3.2.4.- Indicador 4: Gestión Participativa.....	41
3.2.5.- Indicador 5: Valor de la Diversidad	42
3.2.6.- Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	44
3.2.7.- Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	45
3.2.8.- Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	47
3.2.9.- Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental	49
3.2.10.- Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental	50
3.2.11.- Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	51
3.2.12.- Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	53
3.2.13.- Indicador 13: Política de Comunicación Comercial.....	55
3.2.14.- Indicador 14: Excelencia de la Atención.....	57
3.2.15.- Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios.....	58
3.2.16.- Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales	59
3.2.17.- Indicador 17: Involucración con la Acción Social	60
3.2.18.- Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima.....	61
3.2.19.- Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.....	61
<i>Capítulo IV. Propuesta</i>	64
4.1.- Planificación.....	64
4.1.1.- Filosofía empresarial	64
4.1.2.- Políticas Empresariales.....	66
4.1.3.- Objetivo Corporativo.....	68
4.1.4.- Objetivos Estratégicos	68
4.2.- Organización	73
4.3.- Dirección y Ejecución	76
4.3.1.- Decisiones para el cumplimiento de los Objetivos Estratégicos	76
4.3.2.- Decisiones para el cumplimiento de las Políticas Empresariales	77
4.3.3.- Compromisos entre la Empresa Santa Elena EP y los grupos de interés	77
4.4.- Control.....	77
<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	83
Conclusiones.....	83
Recomendaciones.....	84

<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	85
<i>Anexos</i>	92
Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables	92
Anexo 2. Encuesta para someter a valoración de expertos la adaptación de los Indicadores Ethos	94
Anexo 3. Indicadores de Responsabilidad Social y Ambiental	98

Índice de Tablas

Tabla 1.1. Impacto ambiental relativo 2017-2018, por sectores. Ecuador.....	23
Tabla 2.1. Clasificación de la fiabilidad según el Coeficiente Alfa de Cronbach....	30
Tabla 3.1. Evaluación de posibles expertos.....	33
Tabla 3.2. Características de los expertos seleccionados... ..	33
Tabla 3.3. Evaluación de la pertinencia de los indicadores, según los expertos consultados.....	33
Tabla 3.4. Valores obtenidos del Coeficiente Alfa de Cronbach.....	35
Tabla 3.5. Valoración de las Cuestiones Binarias de los indicadores.....	36
Tabla 3.6. Información adicional de las Cuestiones Binarias de los Compromisos Éticos.....	38
Tabla 3.7. Información adicional sobre el Arraigo en la Cultura Organizativa.....	39
Tabla 3.8. Información adicional referida a las Relaciones con la Competencia....	41
Tabla 3.9. Información adicional relacionada con la Gestión Participativa.....	42
Tabla 3.10. Información adicional referida al Valor de la Diversidad.....	43
Tabla 3.11. Información adicional relacionada con el Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial.....	45
Tabla 3.12. Información adicional vinculada con el Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género.....	46
Tabla 3.13. Información adicional sobre Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo.....	48
Tabla 3.14. Información adicional sobre el Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.....	50
Tabla 3.15. Información adicional sobre Educación y Concienciación Ambiental..	51
Tabla 3.16. Información adicional referida a la Minimización de entradas y salidas de materiales.....	52
Tabla 3.17. Información adicional sobre Criterios de selección y evaluación de proveedores.....	53
Tabla 3.18. Información adicional sobre la Política de Comunicación Comercial..	55
Tabla 3.19. Información adicional sobre la Excelencia de la Atención.....	57
Tabla 3.20. Información adicional sobre Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.....	59
Tabla 3.21. Información adicional sobre las Relaciones con Organizaciones Locales.	60
Tabla 3.22. Información adicional sobre el Involucramiento en la Acción Social..	60
Tabla 3.23. Información adicional sobre Prácticas Anticorrupción y Anticoima....	61

Tabla 3.24. Información adicional sobre la Participación en Proyectos Gubernamentales.	62
Tabla 3.25. Etapas en que se ubica la empresa pública Santa Elena EP en cada indicador.	63
Tabla 4.1. Objetivos estratégicos de la empresa pública Santa Elena EP.....	69
Tabla 4.2. Indicadores del cumplimiento de los objetivos estratégicos.....	78

Índice de Figuras

Figura 1.1. Etapas o posibles respuestas de las Cuestiones de Profundidad.....	12
Figura 2.1. Ubicación de las instalaciones de la empresa pública Santa Elena EP.....	25
Figura 3.1. Puntos de corte de las categorías y clasificación de los indicadores identificados.....	34
Figura 4.1. Modelo para la gestión social y ambiental responsable.....	64
Figura 4.2. Organigrama de la empresa pública Santa Elena EP.....	73

Índice de Anexos

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables	92
Anexo 2. Encuesta para someter a valoración de expertos la adaptación de los Indicadores Ethos	94
Anexo 3. Indicadores de Responsabilidad Social y Ambiental.....	98

RESUMEN

En el mundo existe una tendencia de que las empresas, además de generar empleos, crear riqueza y satisfacer necesidades de bienes y servicios, se preocupen por adquirir compromisos con la sociedad y el medio ambiente. Estas son las denominadas Empresas Socialmente Responsables (ESR). En esta investigación se realizó la caracterización de la Empresa Pública de Obras Bienes y Servicios SANTA ELENA EP respecto a su responsabilidad social y gestión ambiental, para ello se identificaron los Indicadores Ethos que más se adecuan a sus condiciones. Un grupo de expertos validó los indicadores seleccionados. El diagnóstico se hizo a partir de los criterios de empleados, proveedores y clientes que calificaron las Cuestiones de Profundidad, Binarias y Cuantitativas. Los resultados indican que la Responsabilidad Social de la Empresa es incipiente y que el Tema Medio Ambiente es el de menos desarrollo. Se propone un modelo para la gestión compuesto por un conjunto de acciones y objetivos estratégicos que contribuirán al mejoramiento de la responsabilidad social y la gestión ambiental de la Empresa.

Palabras Clave: indicadores ethos, modelo de gestión, objetivos estratégicos, responsabilidad social, gestión ambiental.

ABSTRACT

In the world there is a trend that companies, in addition to generating jobs, creating wealth, and meeting the needs of goods and services, are concerned with making commitments to society and the environment. These are the so-called Socially Responsible Companies (ESR). In this research, the characterization of the Empresa Pública de Obras Bienes y Servicios SANTA ELENA EP was carried out with respect to its social responsibility and environmental management, for which the Ethos Indicators that best suited its conditions were identified. A group of experts validated the selected indicators. The diagnosis was made from the criteria of employees, suppliers and customers who rated the Depth, Binary and Quantitative Questions. The results indicate that the Social Responsibility of the Company is incipient and that the Environment Theme is the one with the least development. A management model is proposed composed of a set of actions and strategic goals that will contribute to the improvement of social responsibility and environmental management of the Company.

Key words: ethos indicators, management model, strategic objectives, social responsibility, environmental management.

INTRODUCCIÓN

Los patrones de consumo en los últimos años han variado y el planeta se ha sometido a una explotación sin precedentes, donde a ese ritmo de compromiso de sus recursos, disminuirá su esperanza de vida como ecosistema, pues desde las especies, hasta los recursos naturales, están en desequilibrio por el uso excesivo e inadecuado que se ha hecho de ellos.

Las empresas no están al margen de esta situación, en sus planificaciones estratégicas, hasta hace muy poco tiempo, no consideraban los aspectos de responsabilidad social y ambiental, lo que tiene una repercusión directa en sus insumos, sus consumos, sus valores, proveedores y clientes.

A este panorama empresarial se suma que la población mundial crece a un ritmo acelerado y ese crecimiento trae consigo el incremento del uso de los recursos naturales, muchos de los cuales son agotables o insustituibles como es el caso del agua, que aún no tiene otra sustancia que pueda suplirla en las funciones vitales que desarrollan, a partir de ella, todas las especies que habitan el planeta.

Al mismo ritmo que crece la población aumentan sus preocupaciones respecto al cuidado que se debe tener de los recursos naturales. Ese proceso de concientización provoca que, cada vez más, los usuarios o consumidores de los productos y servicios de las empresas cuestionen la manera en que éstos son obtenidos.

Gran parte de la población mundial desea conocer el origen de los productos que adquieren. Por ejemplo, en el caso de los alimentos, no solo quieren saber sus propiedades desde el punto de vista nutricional, sino también, los insumos empleados durante el proceso productivo, si este último fue de manera convencional con uso intensivo de agrotóxicos o sobre bases agroecológicas que respetan el medio ambiente.

Esa situación puede ser observada para cualquier rama de la economía. Existe preocupación sobre el proceso productivo de las empresas y si éstas respetan o no el medio ambiente. En este escenario, desde hace algunos años, se ha ido introduciendo el término “Empresas Socialmente Responsables” (ESR).

Es conocido que las empresas tienen tres funciones fundamentales en la sociedad y están reglamentadas en el derecho, según Mendizábal Bermúdez (2013), ellas son: crear riqueza, generar empleos y cubrir las necesidades de bienes y servicios. Sin embargo, las

-empresas socialmente responsables no solo cumplen con lo que establece la ley, sino que sienten compromisos con la sociedad, que van más allá de las normativas legales.

Las ESR desde su visión definen políticas de compromiso que, además de beneficiar su negocio, inciden de manera positiva en sus empleados, en el medio ambiente y en las comunidades en las que intervienen. Estas empresas son más productivas por su cultura organizacional, basada en estándares, valores y principios éticos.

En el mundo hay grandes empresas consideradas como socialmente responsables, tales son los casos de Microsoft, Google, The Walt Disney Company, Colgate-Palmolive, Toyota, Danone, Netflix, entre otras. Todas ellas saben que la responsabilidad social es una presentación que las conduce al éxito, es una oportunidad estratégica que ninguna empresa debe dejar de aprovechar.

En Ecuador, desde el año 2005, surgió el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (Ceres), en el que se agrupan empresas que realizan acciones o poseen planes que contribuyen a la responsabilidad social, algunos ejemplos son: Corporación Favorita, Pintulac, Corporación del Grupo Fybeca y La Fabril (Monroy, 2018).

Una herramienta utilizada para evaluar la responsabilidad social de las empresas y que al mismo tiempo contribuye a la incorporación de conceptos y compromisos con el desarrollo sostenible son los Indicadores Ethos. Estos indicadores contribuyen a: identificar prioridades, definir metas e iniciativas conjuntas entre las empresas y sus proveedores o sus clientes, a dar seguimiento a las acciones de acompañamiento hacia la sustentabilidad.

Los Indicadores Ethos se basan en un cuestionario estructurado en siete temas, que son: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; Público Interno; Medio Ambiente; Proveedores; Consumidores y Clientes; Comunidad, y Gobierno y Sociedad (Instituto Ethos, 2010).

Situación problemática

En los antecedentes de esta investigación se han encontrado pocas empresas del sector público ecuatoriano que realicen prácticas social y ambientalmente responsables. Ello resalta la importancia de estudiar la Empresa Pública de Obras Bienes y Servicios Santa Elena EP (nombre oficial de la entidad, en adelante solo se mencionará como empresa pública Santa Elena EP o la Empresa), comenzando desde su visión, misión, políticas

ambientales, compromiso social, hasta los proyectos realizados, con el fin de caracterizarla y llegar a la elaboración de un modelo de gestión social y ambiental responsable.

Formulación del problema

¿Cómo contribuir al desempeño social y ambientalmente responsable de la empresa pública Santa Elena EP?

Justificación Legal

En Marco Jurídico del Ecuador existen diversos documentos que justifican y sustentan la propuesta que investigación de este trabajo de titulación, algunos de ellos se detallan a continuación.

Constitución del Ecuador

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.

2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Alineación del Plan Nacional de Desarrollo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030

El Decreto Ejecutivo 371, suscrito por el presidente de la República, Lenín Moreno Garcés, declara el compromiso del Estado ecuatoriano a asumir como parte de su política pública la Agenda global, para ello se alinearon los objetivos de desarrollo sostenible y sus metas con la planificación y desarrollo nacional.

La Secretaría Técnica de Planificación “Planifica Ecuador”, emitió la Resolución No. STPE-003-2020, que en su Art. 1 plantea:

Expedir los instrumentos técnicos de Alineación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”, denominados: “Nota Técnica de la Alineación del Plan Nacional de

Desarrollo 2017-2021 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030”, y, “Matriz de Alineación del Plan Nacional de Desarrollo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030”,...

En el Art. 2 de la citada Resolución se dispone la obligatoriedad a todas las entidades de la Administración Pública de los instrumentos técnicos antes mencionados.

En correspondencia con lo planteado en los párrafos anteriores, luego de analizar “Matriz de Alineación del Plan Nacional de Desarrollo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030” esta investigación considerará el Objetivo 12, según el detalle que se muestra en la siguiente tabla.

Agenda 2030 (ODS)		Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” 2017-2021			
Objetivos de Desarrollo	Breve descripción	Ejes	Objetivos	Políticas	Metas
OBJ 12 Producción y consumo responsable	El consumo y la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, ...	Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.	Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.	3.4 Promover buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la conservación, la mitigación y la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global.	3.5 Incrementar a 34,60% los residuos sólidos reciclados en relación al total de residuos generados, hasta el 2021.
				3.7 Incentivas la producción y consumo ambientalmente responsable, con base en los principios de la economía circular y bio-economía, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada.	

Ley de Empresas Públicas

Art. 3.- Principios. - Las empresas públicas se rigen por los siguientes principios:

1. Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana;
2. Promover el desarrollo sustentable, integral, descentralizado y desconcentrado del Estado, y de las actividades económicas asumidas por éste.
3. Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservando el ambiente;
4. Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la prestación de los servicios públicos;
5. Precautelar que los costos socio-ambientales se integren a los costos de producción.
6. Preservar y controlar la propiedad estatal y la actividad empresarial pública.

Ley de Medio Ambiente

Art. 259.- Criterios de las medidas de mitigación. Para el desarrollo de las medidas de mitigación del cambio climático se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

1. Promover patrones de producción y consumo que disminuyan y estabilicen las emisiones de gases de efecto invernadero;
2. Contribuir a mejorar la calidad ambiental para fortalecer la protección y preservación de la biodiversidad, los ecosistemas, la salud humana y asentamientos humanos;
3. Incentivar e impulsar a las empresas del sector público y privado para que reduzcan sus emisiones.

Reforma de Estatutos de creación de la Empresa Pública UPSE

Art. 4.- Para el cumplimiento del Objeto y desarrollo de sus actividades, le corresponde a la empresa:

- c) Podrá impulsar programas y proyectos de saneamiento ambiental, de conservación del medio ambiente y el uso sustentable de los recursos naturales en armonía con el interés social.

Normas de Control Interno

Norma 300 – Evaluación del riesgo

La máxima autoridad establecerá los mecanismos necesarios para identificar, analizar y tratar los riesgos a los que está expuesta la organización para el logro de sus objetivos.

El riesgo es la probabilidad de ocurrencia de un evento no deseado que podría perjudicar o afectar adversamente a la entidad o su entorno. La máxima autoridad, el nivel directivo y todo el personal de la entidad serán responsables de efectuar el proceso de administración de riesgos, que implica la metodología, estrategias, técnicas y procedimientos, a través de los cuales las unidades administrativas identificarán, analizarán y tratarán los potenciales eventos que pudieran afectar la ejecución de sus procesos y el logro de sus objetivos.

Norma 409 – Gestión Ambiental

Es el sistema global constituido por elementos naturales y artificiales, físicos, químicos o biológicos, socioculturales y sus interacciones, en permanente modificación por la naturaleza o la acción humana, que rige la existencia y desarrollo de la vida en sus diversas manifestaciones.

Cualquier espacio de interacción y sus consecuencias, entre la sociedad (elementos sociales, recursos humanos) y la naturaleza (elementos o recursos naturales).

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un modelo para la gestión social y ambiental responsable que contribuya a mejorar el desempeño de la empresa pública Santa Elena EP.

Objetivos específicos

1. Identificar los indicadores Ethos que se ajusten a las condiciones de la empresa pública Santa Elena EP.
2. Caracterizar el desempeño de la empresa pública Santa Elena EP, respecto a prácticas y acciones relacionadas con la responsabilidad social y ambiental, con el empleo de indicadores Ethos.
3. Elaborar un modelo para la gestión social y ambiental responsable en la empresa pública Santa Elena EP.

Hipótesis

El desarrollo de un modelo para la gestión social y ambiental responsable mejorará el desempeño de la empresa pública Santa Elena EP.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1.- Antecedentes de la investigación

Malavé González & Fernández Ronquillo (2019) en su estudio titulado “Gestión ambiental de las empresas públicas y privadas en la ciudad de Guayaquil – Ecuador y su incidencia en el desarrollo sostenible”, cuyo objetivo fue determinar la gestión ambiental realizada por diferentes empresas públicas y empresas privadas para conocer el grado de aplicación de las Buenas Prácticas Ambientales y su incidencia en el desarrollo sostenible, encontraron que todas las empresas estudiadas tienen conocimiento de la normativa vigente en el país y de las Buenas Prácticas Ambientales que define el Ministerio del Ambiente, sin embargo, solamente el 50% de ellas las aplica en cuestiones relacionadas con el ahorro de energía, agua, papel, consumo responsable y tratamiento de desechos. Este resultado es contradictorio con la capacitación del personal de dichas empresas, pues el 70% se ha instruido en temas ambientales. Estos autores finalmente concluyen que lograr acciones de responsabilidad social y compromiso con el ambiente es necesario motivar a los trabajadores e incorporar especialistas en temas ambientales en las distintas organizaciones.

Castro Vivanco (2018) en su tesis sobre la Gestión de la Responsabilidad Social en las pymes del Ecuador, realiza un diagnóstico de la responsabilidad social en la empresa Placacento Masisa, ubicada en Machala, Ecuador. Para ello analiza la gestión de la organización tomando como base seis temas enunciados en los Indicadores Ethos: gobierno corporativo, público interno, medio ambiente, proveedores, clientes y comunidad. El resultado del estudio conduce a la definición de objetivos estratégicos y el desarrollo de un modelo de gestión, adecuado a las condiciones de la empresa, que conduce a la ejecución de prácticas socialmente responsables.

Los principales hallazgos encontrados por Castro Vivanco (2018) fueron que: la empresa no disponía de código de ética o conducta; no existía claridad respecto a los valores institucionales; no había una definición de la política ambiental, aun cuando ejecutan algunas iniciativas ambientales; la relación con sus proveedores no se basaba en criterios claros; en cuanto a los clientes no utilizaban indicadores para conocer su grado de satisfacción.

1.2.- Bases teóricas

1.2.1.- Desarrollo sostenible

La Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo, también conocida como Comisión Brundtland, especificó que el Desarrollo Sostenible puede considerarse como el aseguramiento de las necesidades del futuro, sin desestimar la satisfacción de las necesidades del presente (ONU, 1997b).

El sentido de esta declaración de Brundtland en primer lugar encierra un mensaje político que, según el informe realizado por esa comisión, obliga a los gobiernos, empresas y todos los estamentos privados y públicos a acometer acciones que permitan la conservación del planeta y los entornos más próximos a las organizaciones.

En 1992, se desarrolla la Cumbre de la Tierra, donde se analizan y debaten las características del desarrollo sostenible, se advierten en el debate varios elementos esenciales que lo identifican:

1. Es el desarrollo que mantiene y mejora el sistema ambiental, sin descuidar su actividad económica, en el crecimiento de sus metas y desempeños.
2. Aquella empresa que usa los recursos con racionalidad y eficiencia y reciclando y reutilizando.
3. La organización que asegura que su actividad favorezca un mejoramiento de la calidad de vida de todos, no sólo de un pequeño grupo.
4. La empresa que estimula la creación y utilización de tecnologías limpias.
5. La institución que potencia la restauración de los ecosistemas dañados.
6. La organización que trabaja y promueve no solo la autosuficiencia propia, sino la regional.
7. La empresa que valora la importancia de la naturaleza para el bienestar y la respeta en su quehacer doméstico y productivo y general.

Los sistemas vivos, incluidos los ecosistemas sociales son cambiantes y lo fundamental, deben experimentar iniciativas para evitar destruir las fuentes de renovación, a partir de las cuales el planeta Tierra, puede recuperarse de las inevitables tensiones y perturbaciones a que está expuesto debido a su condición de sistema abierto, expoliado durante siglos (GIR, 2010).

La Global Reporting Initiative (GIR) surge como un acuerdo internacional a largo plazo y su objetivo primario fue identificar, diseñar y establecer un marco global para debatir

acerca de los aspectos relacionados con la sostenibilidad. Este reporte, difundió el primer estándar mundial para los lineamientos relacionados con la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social.

Según GIR (2010), existen indicadores de sostenibilidad que deben constituir guías obligatorias de cada empresa y organización. Entre ellos se encuentran:

- Desempeño económico: incluye el estudio de la presencia en el mercado de la empresa, medir los datos económicos, e impactos económicos indirectos.
- Desempeño medioambiental: es uno de los aspectos más importantes, entre los que se encuentran los materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos y residuos entre otros.
- Práctica laboral y ética de trabajo: relaciones empresa- trabajador, formación, diversidad e igualdad, salud y seguridad en el lugar de trabajo
- Desempeño de los derechos humanos: prácticas de inversión y abastecimiento, no discriminación, libertad de asociación, explotación infantil, no trabajos forzados.
- Desempeño de sociedad: atención a la comunidad, política pública, competencia desleal, corrupción, cumplimiento de las normas, etc.
- Desempeño de la responsabilidad sobre productos: privacidad del cliente salud y seguridad del cliente, comunicaciones de marketing, etiquetado y cumplimiento normativo.

Más recientemente, la experiencia productiva de la empresa europea del papel Stora Enso en 2008¹, define que el desarrollo sostenible empresarial basa su responsabilidad social en los principios que comprenden “los derechos humanos, los derechos laborales, las prácticas empresariales éticas, las comunicaciones y la participación de la comunidad”.

En resumen, todas estas definiciones encierran procesos y alcances relacionados con las dimensiones que se atribuyen al desarrollo sostenible. En múltiples investigaciones se plantean la ambiental, económica y social, sin embargo, otros agregan una cuarta dimensión que es la institucional.

En este caso se encuentra el movimiento que se desarrolla a nivel mundial, relacionado con las empresas socialmente responsables, donde se incluye lo ambiental como condición de buenas prácticas.

¹ Stora Enso es una empresa de la industria del papel, embalajes y otros productos. Sus ventas totales en 2008 fueron de 11.0 billones de euros. Tiene 29 000 empleados en más de 35 países. Su casa matriz está radicada en Helsinki y Estocolmo.

1.2.2.- Empresa socialmente responsable

El estudio y desarrollo de las empresas socialmente responsables se ha constituido en tendencia en el mundo académico y de los negocios. Según Sapién Aguilar et al. (2016), la empresa socialmente responsable “...representa el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo”. p. 224

Por otro lado, Carroll (1991), citado por Sapién Aguilar et al. (2016), sugiere que el concepto de empresa socialmente responsable, debe abarcar las dimensiones: legal, ética, económica, y filantrópica, estableciendo así un compromiso con las personas como lo establece Swarup (2005).

Rincón Quintero et al. (2018) definen la responsabilidad social de la empresa, como “un enfoque estratégico que hace parte de la gestión de la organización, aportando ventajas competitivas y diferenciación de las empresas frente a sus grupos de interés (*stakeholders*), la sociedad y el entorno”. p. 83.

Este enfoque implica comprender la responsabilidad empresarial, como la integración consciente de las empresas para contribuir a la solución de problemas sociales y ambientales en correspondencia con sus operaciones comerciales y su vínculo con la sociedad. Ser socialmente responsable no significa únicamente cumplir con las normativas jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento, potenciando más el capital humano, invirtiendo más en el entorno y en las relaciones con los grupos de interés.

1.2.3.- Indicadores Ethos

Los Indicadores Ethos (Instituto Ethos, 2010), se estructuran tres cuestiones a investigar:

1. Cuestiones de Profundidad.

Con ella se evalúa la etapa actual en que se encuentra la gestión de la empresa. Son cuatro etapas, cada una es superior a la anterior en cuanto al estado evolutivo de la compañía, como puede observarse en la Figura 1.1. Seleccionar etapas desde la dos hasta la cuatro significa que se ha logrado superar las anteriores.

En caso de que la empresa no esté en ninguna de las cuatro etapas, existen otras dos posibles respuestas:

- No consideramos su aplicación en la empresa. En este caso la respuesta debe ser justificada.

- Nunca hemos tratado ese asunto antes.

Si en la evaluación de un indicador se elige una de estas dos últimas respuestas, no habría necesidad de continuar con las informaciones adicionales de las Cuestiones Binarias y de las Cuantitativas, pues no serían aplicables.

Representa una etapa básica de acciones de la compañía, en la cual está todavía en nivel reactivo a las exigencias legales.	Representa una etapa intermedia de acciones, en la cual la compañía mantiene una postura defensiva sobre los temas, pero ya empieza a gestionar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.	Representa una etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen beneficios de ir más allá de la conformidad legal, preparándose para nuevas presiones reglamentadoras en el mercado, de la sociedad, etc. La responsabilidad social y de desarrollo sostenible son considerados estratégicos para el negocio.	Representa una etapa proactiva, en la cual la compañía alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés de la sociedad.
			Etapa 4
	Etapa 2	Etapa 3	
Etapa 1			
No consideramos su aplicación en la empresa		Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Figura 1.1. Etapas o posibles respuestas de las Cuestiones de Profundidad (Fuente: Instituto Ethos, 2010).

2. Cuestiones Binarias.

Son interrogantes que califican a la respuesta de la Cuestión de Profundidad, constituye la validación de esa respuesta.

Las Cuestiones Binarias permiten identificar prácticas que la empresa debe incorporar en su modelo de gestión.

3. Cuestiones Cuantitativas.

Se refieren a series anuales de datos estadísticos de la empresa que pueden compararse con otros tipos de información encontrada. Esos datos cuantitativos no se presentan en todos los indicadores.

Estos Indicadores responden a siete temas y constituyen 32 variables a estudiar, como se expone a continuación.

Tema 1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Subtema: AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

Indicador: Compromisos Éticos

Indicador: Arraigo en la Cultura Organizativa

Indicador: Gobierno Corporativo

Subtema: RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

Indicador: Relaciones con la Competencia

Indicador: Diálogo con las Partes Interesadas (Stakeholders)

Indicador: Balance Social

Tema 2. Público Interno

Subtema: DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

Indicador: Relaciones con Sindicatos

Indicador: Gestión Participativa

Subtema: RESPETO AL INDIVIDUO

Indicador: Compromiso con el Futuro de los Niños

Indicador: Compromiso con el Desarrollo Infantil

Indicador: Valoración de la Diversidad

Indicador: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

Indicador: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

Indicador: Relaciones con Trabajadores Tercerizados

Subtema. TRABAJO DECENTE

Indicador: Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

Indicador: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales

Indicador: Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

Indicador: Conducta Frente a Despidos

Indicador: Preparación para la Jubilación

Tema 3. Medio Ambiente

Subtema. RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

Indicador: Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental

Indicador: Educación y Concienciación Ambiental

Subtema. ADMINISTRACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Indicador: Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

Indicador: Sustentabilidad de la Economía Forestal

Indicador: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

Tema 4. Proveedores

Subtema. SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

Indicador: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Indicador: Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

Indicador: Trabajo Forzado (o Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva

Indicador: Apoyo al Desarrollo de Proveedores

Tema 5. Consumidores y Clientes

Subtema. DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

Indicador: Política de Comunicación Comercial

Indicador: Excelencia de la Atención

Indicador: Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Tema 6. Comunidad

Subtema. RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

Indicador: Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno

Indicador: Relaciones con Organizaciones Locales

Subtema. ACCIÓN SOCIAL

Indicador: Financiamiento de la Acción Social

Indicador: Involucración con la Acción Social

Tema 7. Gobierno y Sociedad

Subtema. TRANSPARENCIA POLÍTICA

Indicador: Contribuciones para Campañas Políticas

Indicador: Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

Indicador: Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Subtema. LIDERAZGO SOCIAL

Indicador: Liderazgo e Influencia Social

Indicador: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

1.2.4.- Gestión social

Según Rubio Aguilar (2020) el concepto de gestión social tiene más o menos claro que este proviene del latín *respondeo* que significa dar cuenta, “sin embargo, cuando se conjuga con las palabras: social, social empresarial, social ética, social universitaria, empiezan las confusiones”. Igual sucede cuando se habla de responsabilidad social empresarial. Puede ser comprendida como valor, actitud o conducta, y por tanto es

también interpretada como un elemento clave de gestión que toda organización debe incorporar de manera transversal en su planificación estratégica.

Las empresas no pueden estar al margen de la reflexión sobre la Gestión Social Responsable (GSR). Actualmente muchas de ellas han advertido la necesidad de formar a los profesionales que laborarán en las organizaciones y empresas, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos y a quienes tendrán a su cargo el bien común de este ya reconocido mundo globalizado como trabajadores integrantes de una empresa o compañía.

La eliminación de obstáculos estructurales: sociales, económicos, culturales y políticos exigen de predisposiciones individuales y disposiciones de las organizaciones donde la empresa juega un papel decisivo en el logro del rol social que se le asigna, más allá de la contratación de personal profesional y especializado que pueda ingresar en la organización. a las nuevas generaciones. Es por ello como lo plantea Bacigalupo (2006):

“En lugar del antiguo concepto de proyección social puesto que no se trata de que la institución se proyecte con lo que tiene de sobrante a la sociedad, sino que responda a demandas sociales específicas... orientada al cambio de estructuras y hábitos sociales que impiden el bienestar y el desarrollo humano.” (p. 29).

En sentido general las organizaciones generan impactos en la vida de su personal (que su política de bienestar social debe de gestionar), y también contaminación en su medio ambiente (desechos, deforestación, polución atmosférica). Los riesgos de este impacto es que una institución que mantiene una cultura organizacional burocrática, no democrática, elitista, ciega a los problemas sociales y ambientales que genera, con hábitos de despilfarro y sin política específica de selección de sus proveedores, le está transmitiendo de manera oculta estos mensajes a sus integrantes y a la sociedad.

Todos estos impactos deben ser considerados a la hora de entender, concientizar, programar y ejecutar la misión de cada empresa, como parte de los elementos que promueven la gestión social transformadora.

De modo que se entiende la Gestión Social como la estrategia que genera impactos positivos a nivel social y ambiental como resultante de la actividad planificada e intencionada de las organizaciones.

Canil et al. (2021) refieren que el incremento de la desigualdad y segregación social está marcado por el crecimiento de áreas urbanas vulnerables a la ocurrencia de eventos naturales (deslizamientos de tierra, inundaciones, sequías, tormentas, etc.) y en consecuencia ha llevado a la degradación ambiental, generando nuevos espacios de vulnerabilidad y riesgos.

Visto así, los fenómenos naturales siempre han sido considerados las causales de las situaciones de riesgos, pero sobre los años 80 y posteriores, los organismos internacionales Organización de Naciones Unidas inician un enfoque político, teórico-metodológico para enfocarse en la mitigación no solo por sus factores físicos y naturales que los ocasionan, sino en función de la población o sociedad expuesta a estos procesos (ONU, 1997a).

Para Santos (2015), los riesgos y la Gestión Social son parte de un proceso de construcción social, ya que se produjeron a partir de la acción de la sociedad y es sobre ello que se manifiesta. Estos los sienten los individuos y, cuando se manifiestan, pueden causar daños a las personas, la propiedad, las estructuras y la organización del territorio.

Por tanto, muy relacionada con los riesgos, está la vulnerabilidad socioambiental y, además, ligada a una serie de contingencias sociales, políticas, económicas, culturales, tecnológicas, etc. Por lo que las organizaciones deben considerar las condiciones de vulnerabilidad de los grupos sociales ante sus acciones.

Estas cuestiones de riesgos relacionadas con la gestión social, se aprecia más visiblemente en los espacios urbanos, donde existe alto índice de hacinamiento, altos niveles de transformación antropogénica, concentración demográfica y segregación territorial, configurando, en algunos territorios las denominadas áreas de riesgo, a la que las empresas deben atender.

1.2.5.- Gestión Ambiental responsable

El deterioro del ambiente y el desarrollo del pensamiento ambiental comenzaron a ser preocupación de la humanidad en el siglo XX. Esta idea se ha esbozado en diversos documentos, señalando que las actividades relacionadas con el consumo excesivo y patrones inadecuados de utilización de recursos hacen que la naturaleza, responda y por lo tanto, ante la emisión de sus señales, comience un cuestionamiento ético y técnico

relacionado con la explotación de los recursos naturales a nivel doméstico y empresarial (Balmaseda Espinosa, 2011; Balmaseda-Espinosa, 2013; Sanchez & Guiza, 1989).

En las últimas décadas, ha quedado clara la realidad de que las modificaciones provocadas por las actividades humanas en los entornos naturales han traído complicaciones ambientales a una escala global sin precedentes en la historia de la humanidad Santos (2015). Estos problemas no se manifiestan de manera homogénea en las localidades y en las empresas. Se dan fundamentalmente, en espacios ocupados por las poblaciones más vulnerables que no tienen la capacidad de absorber estas perturbaciones o recuperarse tras la ocurrencia de situaciones de crisis.

La remoción de la cubierta vegetal, la sedimentación, los vertederos de cuerpos de agua, la ocupación de las áreas con mayor declive, los llanos fluviales, lacustres y fluviales, el aumento de la impermeabilización y la cantidad y velocidad de la escorrentía superficial interfieren significativamente en los procesos naturales, desencadenando impactos y riesgos emergentes.

Caro Bernal (2020) refiere que es necesario estimular un modelo de gestión donde estén involucrados los ciudadanos a partir de las propuestas municipales, institucionales y comunales, con el fin de que se dé una mayor participación de las personas en diferentes espacios públicos para el beneficio del cantón y la calidad de vida.

Con una adecuada coordinación entre las organizaciones se puede lograr mayor promoción y difusión, mejores presupuestos, así como locales, horarios y lugares más accesibles para que las personas de todas las edades tengan la posibilidad de participar y apropiarse de los espacios públicos, como forma de defender y responsabilizarse con la naturaleza y el ambiente. Se requiere de recursos humanos especializados en los gobiernos locales y en las empresas públicas para solventar las tareas y asuntos correspondientes a esta temática.

Por otro lado, el apego a las decisiones de corte tecnológico que implican inversión en sistemas integrales de gestión pública y automatización de procesos, es una de las acciones que se potencian para la gestión ambiental responsable, por las posibilidades de ahorro, de papel, de esfuerzo humano y por la huella ambiental, que van dejando las actividades de oficina. En este sentido la tecnología cobra un papel central. Según Tabares Quiroz et al. (2021) se conoce que:

“...dentro de la administración y los estudios organizacionales, la tecnología ha cobrado gran relevancia desde la administración científica, pasando por la cibernética, la teoría de la contingencia, el imperativo tecnológico, el modelo de

opción estratégica, hasta la construcción social de la tecnología y, recientemente, la socio-materialidad, por mencionar solo algunas teorías. Adicionalmente, la gestión tecnológica —o *technology management*— ha sido reconocida como el segundo tema de interés entre los investigadores organizacionales en América Latina”.

La construcción social de la tecnología y la socio-materialidad implican reconocer que el cambio tecnológico es configurado por elementos sociales y materiales, que lo redefinen y que, a su vez, inciden en el trabajo, las prácticas y la comunicación en las organizaciones, es decir, se configura una transformación organizacional; por lo tanto, en este contexto en particular, hablar de cambio tecnológico y organizacional es hablar de las dos caras de una misma moneda. En este orden de ideas, resulta pertinente reconocer y tener como punto de partida el llamado que hace la investigadora del Massachusetts Institute of Technology (mit), Wanda Orlikowski (1996), citada por Tabares, Correa y Herrera (2021), sobre la importancia de identificar los cambios tecnológicos que van tomando forma con el tiempo y que se expresan en las prácticas de las organizaciones de manera gradual, reconociendo su funcionamiento como desencadenantes de procesos de estructuración de las organizaciones, como parte de las acciones de responsabilidad ambiental de las mismas.

1.2.6.- Modelo para la gestión social y ambiental

Según Direito & Koga (2020), el modelo relacional en los estudios de implementación de políticas públicas para la gestión social y ambiental, ha ido explorando perspectivas analíticas menos racionales y lineales, comenzando a incorporar nuevas dimensiones explicativas en espiral al fenómeno de las políticas públicas, como el aspecto relacional de sus estructuras como modelo de gestión social y ambiental.

Emirbayer (1997), uno de los primeros defensores de la perspectiva relacional para el análisis de la realidad social y ambiental, señaló que este enfoque se opone al modelo sustancialista -adoptado por corrientes como las teorías de la elección racional y la conformidad normativa-, que entiende las entidades sociales como estables, preformadas y constituidas por atributos inherentes e inmutables, regidos por leyes y no por las necesidades propias del entorno, la naturaleza y las propias empresas.

El modelo relacional, en cambio, sostiene que las entidades sociales son, en realidad, un producto de las relaciones en las que están inmersas y, por tanto, no pueden ser analizadas

separadamente de sus contextos transaccionales y ambientales (Emirbayer, 1997). De esta forma, el enfoque relacional redefine la unidad de análisis de una investigación que ya no es la persona, sus intereses o leyes para volverse hacia las relaciones sociales. En otras palabras, el punto de partida para el análisis de la acción social en el enfoque relacional es el contexto transaccional en el que se encuentran inmersas las entidades sociales, dentro de un medio ambiente que cada vez está más amenazado.

Las bases del enfoque relacional, según describen Knoke & Yang (2008) se pueden resumir en tres factores fundamentales:

1. La interpretación de forma general de que las relaciones sociales estructurales son recursos más poderosos para explicar la acción social y ambiental que las particularidades individuales, en lo social afloran matices y comprensiones en distintos contextos relacionales que no se notan en la observación de características específicas de la información, cuando se trata de individuos aislados.
2. La comprensión de que las redes sociales afectan la forma de percibir, las cosmovisiones individuales, construidas mediante los mecanismos estructurales constituidos por las relaciones sociales, los cuales a veces constituyen una cortina donde no se pueden apreciar las relaciones con el ambiente y por lo tanto se disuelve y no se concientiza la responsabilidad ambiental. Los contactos directos con los procesos empresariales que se acercan más a sus huellas ambientales, y las interacciones más intensivas de sus miembros con el medio, colocan a las entidades en mejores posiciones informativas, de gestión ambiental responsable e influyentes, mientras que los contactos indirectos a través de intermediarios pueden exponer a las entidades a nuevas ideas y recursos, pero que se alejan del modelo de gestión ambiental que pueden perseguir como empresa.
3. Las relaciones sociales deben verse como procesos dinámicos, imbricados en el ambiente como parte de un mismo proceso de desarrollo organizacional.

1.2.7.-Desempeño de las empresas

El desempeño de las empresas forma parte del cuerpo de estudios realizados a partir de la generación de valor en economías emergentes. Esta idea la expresan Carnevale et al. (2012) al plantear que es importante conocer la problemática de la ausencia explicativa entre el *book value* (valor en libros) y el *market value* (valor de mercado). Se deduce el

valor que se le otorga a lo social y ambiental como no financiero en la evaluación y valoración de las organizaciones empresariales.

En el caso del desempeño de las empresas se hace un poco difícil establecer la capacidad de gestión responsable desde lo social y ambiental, pues según Jaramillo Arango et al. (2020) la presión generada por los diferentes grupos de interés sobre las organizaciones ha conllevado, en la actualidad, a alteraciones progresivas en relación con la conformación de los reportes empresariales sobre estas temáticas; y esto ha hecho que se razonen nuevas estructuras de informes con el objetivo de garantizar la fiabilidad, oportunidad y relevancia de la información financiera y de desempeño ambiental de las empresas.

Estos trazados respaldan la necesidad de elaborar reportes corporativos no solo de carácter financiero, sino también una amplia gama de opciones que aborden los diferentes aspectos de las empresas, incluidos los relacionados con su gestión socio ambiental.

De este modo la información no financiera se refiere no solo a aquella relacionada con asuntos ambientales, sino que debe verse en un conjunto en el que también participan las dimensiones de gobierno corporativo y lo social (Kılıç & Kuzey, 2018).

Las dimensiones ambientales y sociales han sido objeto de múltiples estudios académicos en el ámbito internacional, cuyo problema de investigación suele tender a su incidencia en la generación de valor para las compañías.

El 80% de las empresas en Ecuador, en 2011, no registraban algún gasto o inversión en el medioambiente y no reportaron gastos en estudios de impacto ambiental (INEC, 2020). El 90% no poseen licencia ambiental y el 98 por ciento no tienen una clasificación ISO 14001.

En 2018 el INEC realizó a 3 572 empresas a nivel nacional, excepto Galápagos, donde se destacó que las empresas mineras tienen mayor gasto e inversión ambiental.

Según los datos del INEC, en la Amazonía existen mayores gastos ambientales con ocho de cada diez establecimientos, mientras que el mayor porcentaje con licencia ambiental se registra en la Sierra.

En el año 2012, varias empresas fueron sancionadas, sobre todo en la zona de Guayas, por no cumplir la normativa del cuidado medioambiental, pues las compañías fallaban al tratar residuos que van al Estero Salado, en Guayaquil. El Ministerio de Ambiente implementó sanciones económicas y clausuras contra 136 empresas tras realizar descargas en este brazo de mar y en sus zonas de influencia, en varios sectores de la

ciudad. Las autoridades realizaron 209 muestreos en 190 compañías, para determinar si cumplen con las normas técnicas ambientales.

El Ecuador, según su normativa ambiental obliga a las empresas incumplidoras a diseñar un plan de acción y remediación, dependiendo de las actividades que realicen, adicional a las sanciones impuestas, para el mejoramiento ambiental.

Varias instituciones y empresas ecuatorianas se suman al compromiso ambiental de participar en la iniciativa del Ministerio del Ambiente, “Punto Verde”. A nivel nacional, 12 industrias obtuvieron la certificación Punto Verde en 2013 y otras 20 en 2014.

El Ministerio del Ambiente (MAE) con el fin de estimular al sector público y privado a emplear nuevas y mejores prácticas productivas y de servicios, desarrolló Punto Verde como una estrategia para mejorar la competitividad del sector industrial y de servicios y que señalen una reducción de la contaminación en sus actividades y procesos, con el uso permanente de tecnologías limpias y de buenas prácticas ambientales. Para ello se implementaron evaluaciones y auditorías a las empresas. No se encuentran referencias en la Bibliografía sobre esta iniciativa posterior a 2015.

“El reconocimiento “Punto Verde” indica a las entidades seleccionadas como una organización reconocida por su responsabilidad social y ambiental, estar dentro de la normativa ambiental nacional, y le da la posibilidad de utilizar la distinción obtenida en la promoción de los servicios del establecimiento, tener la facultad de utilizar el logo “Punto Verde” (como un medio de publicidad), incrementar sus beneficios económicos al mejorar el control de los costos, reducir impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio, lograr procesos más eficientes con menor uso de materias primas, agua y energía, entre otros”.

MAE (2015)

Según INEC (2020) Uno de los resultados más importantes, al tiempo que una innovación útil para evaluar el desempeño ambiental global de las empresas, consiste en la medida de Impacto Ambiental de las empresas. Se entiende por Impacto Ambiental de las empresas a toda afectación perjudicial al ambiente provocada por sus procesos/productos. A los efectos el INEC, describe su propia metodología.

Tabla.1.1. Impacto ambiental relativo 2017-2018, por sectores. Ecuador. Fuente INEC

Actividad económica	Impacto Ambiental relativo	
	Año 2017	Año 2018
G. Comercio al por mayor y menor	37.87%	37.56%
C. Industrias manufactureras	26.82%	25.87%
F. Construcción	6.51%	5.86%
H. Transporte y almacenamiento	4.81%	5.08%
M. Actividades profesionales, científicas y técnicas	4.84%	3.68%
Q. Actividades de atención a la salud humana	3.07%	3.64%
B. Explotación de minas y canteras	2.72%	3.51%
I. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	2.84%	3.21%
N. Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2.85%	2.69%
P. Enseñanza	2.33%	2.55%
E. Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos y saneamiento	0.88%	1.72%
L. Actividades inmobiliarias	1.42%	1.33%
J. Información y comunicación	1.19%	1.30%
D. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0.67%	0.81%
R. Artes, entretenimiento y recreación	0.42%	0.47%
S. Otras actividades de servicios	0.47%	0.46%

De la tabla anterior, se desprende que, en Ecuador, la actividad que mayor impacto ambiental produce es la de Comercio al por mayor y menor (37.56%), puesto que una gran parte de sus empresas tienen una fuerte división manufacturera y otra encargada de la comercialización de lo producido por la primera. Según el estudio del INEC 2020, “estas empresas iniciaron históricamente como empresas de Comercio, pero con el paso del tiempo han ido expandiendo sus actividades hacia la manufactura, siendo esta segunda actividad económica la que realmente causa el mayor impacto ambiental al interior de cada empresa de Comercio. Casi los 2/3 del impacto ambiental conjunto se atribuye a los sectores de Comercio y de Manufactura”.

Dicho reporte refiere que la actividad de mayor incremento en el impacto ambiental interanual relativo corresponde al sector de Explotación de minas y canteras (+29.04%). Le sigue el sector Actividades de atención a la salud humana, con un aumento interanual de su impacto ambiental del +18.57%.

Dado que los tamaños relativos de los sectores económicos permanecen casi constantes entre los años 2017 y 2018, se deduce que nos encontramos frente a actividades económicas con diferentes derroteros. El sector de Minas y Canteras tuvo un desempeño económico-ambiental aceptable, pues para crecer un 32.70% en su valor agregado, solo necesitó aumentar un 29.04% su impacto ambiental. En cambio, el sector de Atención a la salud mostró un lento crecimiento en su valor y duplicó su impacto ambiental.

Al analizar los diferentes puntos de vista expuestos, sobre el desempeño de las empresas, se puede comprender que la declaración y difusión de información ambiental y social incide positivamente en el valor que se les asigna de las empresas, más allá de sus valores financieros.

CAPÍTULO II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1.- Contexto territorial de la empresa pública Santa Elena EP

La empresa pública Santa Elena EP es una dependencia de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Tiene su sede en el Campus UPSE-Salinas, como puede observarse en la Figura 2.1, ubicado en el cantón del mismo nombre.

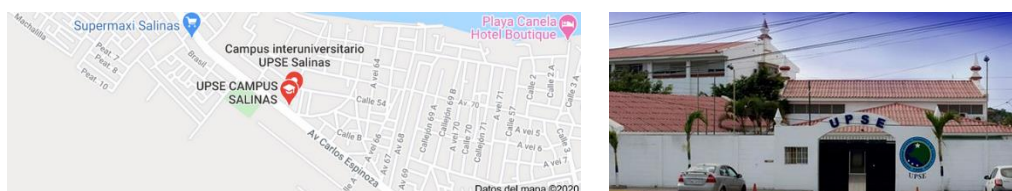


Figura 2.1. Ubicación de las instalaciones de la empresa pública Santa Elena EP.

La Empresa se encarga de brindar consultorías en el manejo administrativo y financiero; realiza fiscalización de toda clase de proyectos: de inversión, investigación científica, tecnológica y de desarrollo. Por otra parte, ofrece capacitaciones, entrenamientos y seminarios, además de proyectos educativos. Emprende negocios en el sector de obras públicas y privadas en ingeniería civil e industrial.

2.2.- Tipo y diseño de la investigación

Se realizó una investigación con enfoque mixto, o sea, cuali-cuantitativo. Cualitativo por el análisis documental para recopilar la información que permitió caracterizar a la Empresa. Mientras que, se emplearon métodos estadísticos para validar el modelo de gestión que se propone (Hernández Sampieri et al., 2006).

El alcance de la investigación es descriptivo, al considerar el fenómeno estudiado y sus componentes, en este caso el modelo para la gestión de la responsabilidad social y ambiental de la empresa pública Santa Elena EP. Finalmente, el tipo de investigación es transversal con recolección de datos de un momento que permiten el diagnóstico y la caracterización actual de la Empresa en relación con el objeto de estudio.

2.3.- Población y tamaño de la muestra

La empresa pública Santa Elena EP posee un bajo número de trabajadores, lo mismo sucede con la cantidad de clientes, por tanto, todos los involucrados fueron encuestados, es decir, población y muestra coinciden.

2.4.- Técnicas de recolección de datos

2.4.1.- Recopilación de datos

El análisis de documentos de la empresa pública Santa Elena EP fue la principal fuente de datos para el inicio del trabajo de investigación. Se revisaron documentos constitutivos, normativas, proyectos realizados, resultados obtenidos, entre otros.

La caracterización de la empresa respecto a su responsabilidad y gestión ambiental se realizó con el empleo de los Indicadores Ethos. Éstos se componen de un total de 32 variables distribuidas en siete temas (Instituto Ethos, 2010), relacionados con:

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

Como trabajo previo a la caracterización de la empresa se realizó un análisis para identificar aquellos indicadores que resultan pertinentes con la empresa pública Santa Elena EP. Se seleccionaron los más relevantes basados en criterios de la frecuencia con que se puedan presentar y la información existente para su valoración.

Con el listado de temas e indicadores seleccionados se elaboró una encuesta (ver Anexo 2) que fue sometida a criterios de expertos para su validación antes de utilizarla en la caracterización de la empresa pública Santa Elena EP. El cuestionario de la encuesta se elaboró con la herramienta de formularios de Google y se envió a los especialistas antes mencionados.

2.4.2.- Selección de los expertos

Los indicadores seleccionados fueron enviados a un grupo de especialistas que se consideran expertos en la materia objeto de estudio. Cada uno de ellos se autoevaluó (ver Anexo 2) y mediante los coeficientes de conocimiento y argumentación se calculó su experticia real, según las ecuaciones 1, 2 y 3 (Hurtado de Mendoza Fernández, 2007). Todos aquellos cuyo coeficiente fue superior a 0,8 se consideraron expertos y sus criterios se analizaron.

$$Kc = 0.1 * n \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$Ka = \sum n_i \quad (\text{Ecuación 2})$$

$$K = \frac{Kc+Ka}{2} \quad (\text{Ecuación 3})$$

Donde:

Kc: es el coeficiente de conocimiento, toma valores entre 0 y 1.

n: es la autovaloración que se da el especialista como experto en el tema, oscila entre 1 y 10.

Ka: es el coeficiente de argumentación, sus valores oscilan entre 0 y 1.

n_i: valores de las fuentes que le han permitido al especialista adquirir el conocimiento del tema.

K: es el coeficiente de competencia del especialista, sus valores van desde 0 hasta 1.

La clasificación de la experticia de los especialistas se realiza según los siguientes criterios (Hurtado de Mendoza Fernández, 2007):

$0 < K < 0.5$ Coeficiente de competencia bajo.

$0.5 \leq K < 0.8$ Coeficiente de competencia medio.

$0.8 \leq K < 1.0$ Coeficiente de competencia alto.

2.4.3.- Análisis de valoración de expertos

Los expertos evaluaron los indicadores seleccionados en cinco (5) categorías:

1. Nada Pertinente
2. Poco Pertinente
3. Medianamente Pertinente
4. Pertinente
5. Muy Pertinente

La validez de la propuesta se determinó con el Coeficiente de Concordancia de Kendal que es un estadígrafo (Ecuación 4) que permite medir la coherencia y consistencia de las respuestas de los expertos encuestados.

$$W = \frac{12 \cdot S}{K^2 \cdot (N^3 - N)} \quad (\text{Ecuación 4})$$

Donde:

W: es el Coeficiente de Concordancia de Kendall.

S: es la suma de los cuadrados de las desviaciones medias.

K: es el número total de expertos.

N: es el número total de aspectos a evaluar.

Este coeficiente toma valores entre 0 y 1. Mientras más cercano a la unidad es su valor mayor concordancia hay en las respuestas de los expertos, si el $W = 0$ existe desacuerdo total.

Las valoraciones de los expertos a cada uno de los indicadores, de acuerdo con las categorías antes mencionadas, fueron tabuladas en una matriz, a partir de la cual se siguió el siguiente procedimiento (Hurtado de Mendoza Fernández, 2007):

1. Determinación de la frecuencia observada.
2. Cálculo de la frecuencia acumulada.
3. Obtención de la frecuencia acumulada relativa.
4. Determinación de la distribución normal inversa de la frecuencia acumulada relativa en una tabla de Z.
5. Obtención de los puntos de corte entre las diferentes categorías.

Toda la información recopilada se utilizó en la caracterización de la Empresa y en el diseño del modelo para la gestión de la responsabilidad social y ambiental.

La encuesta se preparó como un formulario de Google y se envió el enlace a los empleados de la Empresa, así como a proveedores y clientes.

2.5.- Procesamiento de la información

Los Indicadores Ethos seleccionados fueron evaluados siguiendo el procedimiento propuesto por el Instituto Ethos (2010).

Paso 1. Se identificó en cuál de las cuatro etapas se encuentra la Empresa (Cuestión de Profundidad).

Paso 2. Se evaluó la Cuestión Binaria, donde cada pregunta tiene como opciones de respuesta *Sí* o *No*.

Paso 3. Se recopilaron datos estadísticos, series históricas de la empresa y se compararon con los porcentajes de respuestas positivas y negativas de cada indicador (Cuestión Cuantitativa).

Las respuestas del cuestionario recibidas fueron analizadas y se les determinó el Coeficiente Alfa de Cronbach, con el propósito de determinar la confiabilidad del instrumento enviado (Cronbach, 1951). Los valores del coeficiente se encuentran entre 0 y 1, la unidad representa una fiabilidad plena, mientras que un valor de cero es nada fiable (Aquino Linares et al., 2020).

Los valores del Coeficiente Alfa de Cronbach han sido agrupados en rangos para su clasificación como puede observarse en la Tabla 2.1 (Chaves-Barboza & Rodríguez-Miranda, 2018).

Tabla 2.1. Clasificación de la fiabilidad según el Coeficiente Alfa de Cronbach.

Valores del Coeficiente Alfa de Cronbach	Clasificación de la fiabilidad
0.0 – 0.5	Inaceptable
0.5 – 0.6	Pobre
0.6 – 0.7	Débil
0.7 – 0.8	Aceptable
0.8 – 0.9	Bueno
0.9 – 1.0	Excelente

Fuente: Chaves-Barboza & Rodríguez-Miranda (2018).

Las respuestas de las Cuestiones de Profundidad fueron codificadas numéricamente del 1 – 6, siendo los cuatro primeros valores las Etapas, mientras 5 y 6 son las apreciaciones correspondientes a “No consideramos su aplicación en nuestra empresa” y “Nunca hemos tratado este asunto antes”. Este procedimiento se realizó con el propósito de determinar tres estadígrafos (media, moda y varianza) que contribuyeran a facilitar el análisis.

Los resultados de estos análisis permitieron la elaboración de un modelo para la gestión social y ambiental. Se esbozan las pautas para la planificación de la entidad, desde la Filosofía empresarial (misión, visión, valores), se definió el objetivo corporativo, se identificaron los objetivos estratégicos de la Empresa y definieron las tareas para lograrlos, de manera que la empresa pública Santa Elena EP, de conjunto con sus clientes, beneficiarios y toda la comunidad relacionada con ella transiten hacia la sostenibilidad económica, social, ambiental e institucional.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1.- Análisis e interpretación de resultados de la Identificación de indicadores

Se realizó un estudio detallado de los siete temas y los 32 indicadores que componen a los indicadores Ethos, con el propósito de identificar los que mejor se ajustan a las condiciones de la empresa pública Santa Elena EP y con ellos caracterizar el desempeño de la Empresa respecto a prácticas y acciones relacionadas con la responsabilidad social y ambiental. Es común que para el análisis de la sostenibilidad corporativa se utilicen las normas ISO 9001 e ISO 14001, no obstante, investigadores plantean que estos estándares por sí mismos no garantizan que se alcancen todos los requisitos de sostenibilidad recomendados por Ethos (dos Santos Ferreira et al., 2019). Por esa razón en esta investigación se parte de dichos Indicadores.

El análisis realizado condujo a la identificación de 19 indicadores que cubren los siete temas. A continuación, se presenta el listado de los seleccionados.

Tema 1: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Indicador 1: Compromisos Éticos

Indicador 2: Arraigo en la Cultura Organizativa

Indicador 3: Relaciones con la Competencia

Tema 2: Público interno

Indicador 4: Gestión Participativa

Indicador 5: Valor de la Diversidad

Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

Tema 3: Medio ambiente

Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental

Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental

Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

Tema 4: Proveedores

Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Tema 5: Consumidores y clientes

Indicador 13: Política de Comunicación Comercial

Indicador 14: Excelencia de la Atención

Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Tema 6: Comunidad

Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales

Indicador 17: Involucración con la Acción Social

Tema 7: Gobierno y Sociedad

Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

La validación de la pertinencia de los indicadores se obtuvo por el criterio de expertos a la materia objeto de estudio.

3.1.1.- Selección de los expertos

La encuesta para la selección de expertos se envió a 30 especialistas relacionados con los temas objeto de investigación de este trabajo, de ellos se obtuvieron 26 respuestas. Su autovaloración dio los resultados que se muestran en la Tabla 3.1.

Los 10 especialistas que poseen Coeficiente de competencia alto fueron seleccionados como expertos en el tema de investigación y sus respuestas se tomaron para validar la propuesta de indicadores.

Tabla 3.1. Evaluación de posibles expertos.

Rango de calificación	Cantidad de especialistas	Clasificación
$0 < K < 0.5$	5	Coefficiente de competencia bajo
$0.5 \leq K < 0.8$	11	Coefficiente de competencia medio
$0.8 \leq K < 1.0$	10	Coefficiente de competencia alto

Fuente: Hurtado de Mendoza Fernández (2007).

Las principales características de los expertos seleccionados se pueden observar en la Tabla 3.2.

Tabla 3.2. Características de los expertos seleccionados.

Título Académico	Grado Académico	Años de experiencia en la profesión:	Kc	Ka	K
Ingeniero	MSc.	6	0,8	0,8	0,80
Otros	MSc.	12	0,9	0,9	0,90
Otros	MSc.	21	0,8	0,9	0,85
Ingeniero	MSc.	47	0,9	0,8	0,85
Licenciado	MSc.	30	0,7	0,9	0,80
Ingeniero	MSc.	12	0,8	0,9	0,85
Ingeniero	PhD.	20	0,9	0,8	0,85
Otros	MSc.	15	1.0	0,9	0,95
Otros	Especialista	6	0,8	0,9	0,85
Licenciado	MSc.	20	0,8	1.0	0,90

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2.- Validación del grado de pertinencia de los indicadores identificados

La validación de la pertinencia de los indicadores se obtuvo a partir de las respuestas de los expertos a la encuesta, que puede observarse en la Tabla 3.3.

Tabla 3.3. Evaluación de la pertinencia de los indicadores, según los expertos consultados.

Indicadores	E-1	E-2	E-3	E-4	E-5	E-6	E-7	E-8	E-9	E-10
1	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
3	5	5	5	4	2	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
7	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
8	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5

Indicadores	E-1	E-2	E-3	E-4	E-5	E-6	E-7	E-8	E-9	E-10
9	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
10	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
11	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4
12	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4
13	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
14	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
16	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5
17	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
18	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
19	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5

Legenda: E-# - identificación de los expertos; 5 – Muy pertinente; 4 – Pertinente; 3 – Medianamente pertinente; 2 – Poco pertinente

Fuente: Elaboración propia.

La coincidencia entre los criterios de los expertos al calificar los indicadores se determinó con el Coeficiente de Concordancia de Kendall cuyo valor fue de 0.99. Lo cual indica un alto nivel de coincidencia de las opiniones de los expertos (Reyes H. et al., 2013).

Una vez que se conoció el alto grado de coincidencia en los criterios de los expertos se procedió a la clasificación de cada indicador en una de las cinco categorías antes mencionadas. Para ello se determinó el valor de cada indicador y los puntos de corte entre las categorías, dando como resultado que todos los indicadores se evalúan como muy pertinentes, como se puede observar en la Figura 3.1.

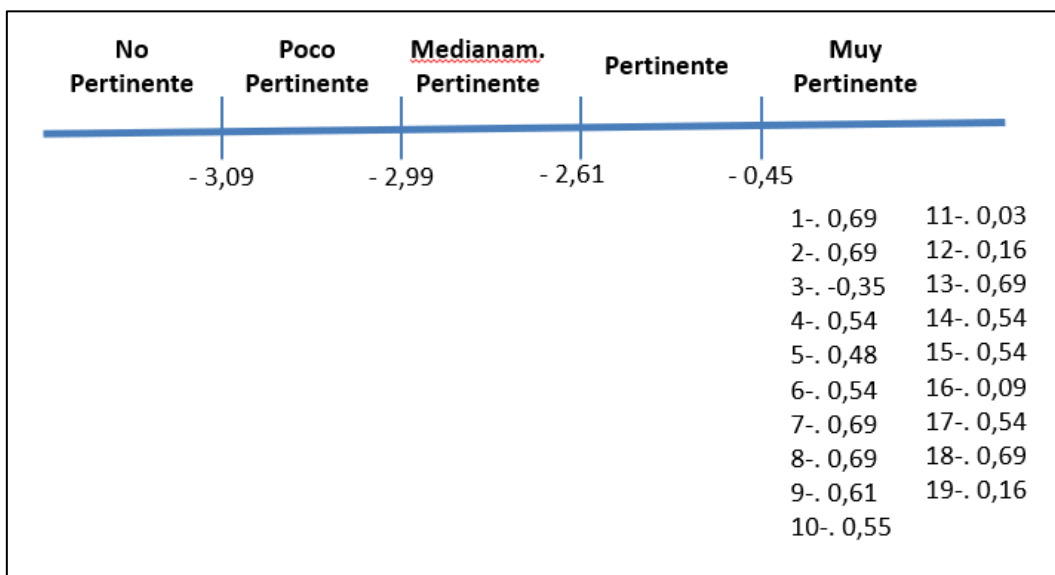


Figura 3.1. Puntos de corte de las categorías y clasificación de los indicadores identificados (Fuente: elaboración propia).

3.2.- Análisis e interpretación de resultados de la Caracterización de la empresa pública Santa Elena EP con el empleo de Indicadores Ethos

El cuestionario de los Indicadores Ethos fue respondido por nueve de los 12 empleados de la empresa pública Santa Elena EP, estos constituyen el público interno de la entidad, que según Bertolazzi et al. (2011) ellos consiguen explicar el nivel de satisfacción con el clima ético y la responsabilidad social y ambiental.

Las respuestas de la Cuestión de Profundidad que miden la etapa en que se encuentra la empresa respecto a las prácticas relacionadas con los diversos indicadores fueron codificadas en forma numérica para facilitar algunos análisis.

Uno de los análisis efectuados fue la determinación de la confiabilidad del instrumento utilizado para recopilar información, para ello se determinó el Coeficiente Alfa de Cronbach global y el de cada tema. En la Tabla 3.4 se pueden apreciar los resultados obtenidos.

El Coeficiente Alfa de Cronbach de todo el instrumento alcanza un valor de 0.79, el cual permite evaluarlo como **Aceptable**. Esto significa que de manera general hay consenso en las respuestas y por tanto son válidas para la caracterización de la empresa.

Tabla 3.4. Valores obtenidos del Coeficiente Alfa de Cronbach.

Temas	Cantidad de indicadores	Coeficiente Alfa de Cronbach	Clasificación
1.- Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	3	0.78	Aceptable
2.- Público interno	5	0.58	Pobre
3.- Medio ambiente	3	0.23	Inaceptable
4.- Proveedores	1	-	-
5.- Consumidores y Clientes	3	0.88	Buena
6.- Comunidad	2	0.68	Débil
7.- Gobierno y Sociedad	2	0.05	Inaceptable
Global	19	0.79	Aceptable

Fuente: Elaboración propia.

Esta forma de validar la fiabilidad y consistencia interna ha sido utilizada por diversos investigadores (De la Cruz Villegas & Gordillo Fuentes, 2020; González et al., 2021;

Martínez Valdés & Juárez Hernández, 2020, 2020; Sandoval Caraveo et al., 2020) en distintas disciplinas del conocimiento científico.

A continuación, se realiza un análisis de cada indicador en correspondencia con las respuestas recibidas en las Cuestiones de Profundidad, Binarias y Cuantitativas, esta última en los casos que las tenga.

En la Tabla 3.5 se muestran los indicadores y las respuestas de los empleados de la empresa pública Santa Elena EP a las Cuestiones de Profundidad. Las respuestas se pueden apreciar en tres estadígrafos calculados para facilitar el análisis de los resultados, a partir de la codificación de las respuestas cualitativas utilizadas en la encuesta.

Tabla 3.5. Valoración de las Cuestiones de Profundidad de los indicadores.

No.	Indicador	Media	Moda	Varianza
1	Compromisos Éticos	2,2	2	0,395
2	Arraigo en la Cultura Organizativa	2,0	3	0,667
3	Relaciones con la Competencia	1,3	1	0,444
4	Gestión Participativa	2,0	2	0,667
5	Valor de la Diversidad	1,3	1	0,444
6	Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	1,1	1	0,099
7	Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	1,0	1	0,000
8	Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	1,8	1	1,506
9	Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental	4,1	6	5,210
10	Educación y Concienciación Ambiental	4,0	4	3,333
11	Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	4,0	6	5,111
12	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	1,8	1	1,284
13	Política de Comunicación Comercial	3,6	2	2,025
14	Excelencia de la Atención	2,3	1	2,444
15	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	3,2	2	4,173
16	Relaciones con Organizaciones Locales	3,6	6	3,802
17	Involucración con la Acción Social	3,3	2	5,778
18	Prácticas Anticorrupción y Anticoima	1,7	2	0,222
19	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3,4	4	2,691

Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.- Indicador 1: Compromisos Éticos

Los indicadores 1, 2 y 3 corresponden al Tema 1 referido a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo. Se considera que este tema tiene una fiabilidad Aceptable de acuerdo con la valoración que aparece en la Tabla 3.4. Las respuestas de cada indicador a las tres cuestiones se analizan de manera individual.

El indicador de Compromisos Éticos hace referencia a la adopción y alcance de valores y principios éticos por parte de la empresa.

Las respuestas recibidas (8 de 9) coinciden en que se hayan en la Etapa 2 de la Cuestión de Profundidad, es decir, una fase intermedia en la que se observan cambios en la gestión y ciertos avances a las prácticas que comúnmente realizan. Es posible comprobar que los valores y principios de la institución están reflejados en documentos formales, se difunden sistemáticamente, centrando la socialización en el público interno por parte de la persona responsable.

La categorización en la Etapa 2 se puede corroborar al revisar el Estatuto Orgánico de la Empresa (Directorio de Santa Elena EP, 2017, 2018) que en el artículo 3 enuncia los principios que sustentan las sus funciones, entre los cuales se encuentran: Ética del Buen Vivir; Prevalencia del interés colectivo; Honestidad y Transparencia; Responsabilidad Social y Participación Ciudadana.

Los Compromisos Éticos de la empresa pública Santa Elena EP también se ven reflejados en algunos de los Valores institucionales que declara, ejemplo de ello son: Compromiso Social, Responsabilidad, Respeto, Principios Éticos y Honestidad.

Todos los Principios y Valores mencionados en los párrafos anteriores tienen relación con los Compromisos Éticos de la Empresa, de ahí que sus empleados lo reconozcan al responder la encuesta, como se puede apreciar en la información adicional de las Cuestiones Binarias que se muestra en la Tabla 3.6.

Las respuestas a la valoración de la Cuestión de Profundidad y de la Cuestión Binaria de este indicador son coherentes, tienen una correspondencia total y da pautas para la creación de un modelo de gestión de la Empresa.

Tabla 3.6. Información adicional de las Cuestiones Binarias de los Compromisos Éticos.

Responda	Sí	No
La empresa:		
1.1.- expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes interesadas.	100 %	0
El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa:		
1.2.- contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad y gobierno.	89 %	11 %
1.3.- prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y “caja B”) para obtención de ventajas comerciales.	100 %	0
1.4.- son explícitos en cuanto al compromiso de ética en la gestión de las informaciones privilegiadas o de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores etc.).	89 %	11 %
1.5.- son explícitos respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes interesadas.	89 %	11 %
El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cubren temas como:		
1.6.- cumplimiento de las leyes y pago de tributos;	100 %	0
1.7.- concusión, pagos o recibimientos cuestionables;	78 %	22 %
1.8.- reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos;	100 %	0
1.9.- conflicto de intereses;	89 %	11 %
1.10.- donaciones;	89 %	11%
1.11.- corrupción activa y pasiva;	78 %	22 %
1.12.- improbidad administrativa;	78 %	22 %
1.13.- fraude en licitación pública;	78 %	22 %
1.14.- límites de las actividades y contribuciones políticas;	78 %	22 %
1.15.- relaciones con la comunidad;	100 %	0
1.16.- nepotismo;	78 %	22 %
1.17.- prevención y tratamiento de fraudes.	78 %	22 %
La empresa:		
1.18.- posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente;	22%	78 %
1.19.- posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente	22%	78 %
1.20.- estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados	100 %	0
1.21.- vincula expresamente la actuación de los asesoramientos jurídico y contable al código de ética/declaración de principios;	89 %	11%
1.22.- además de cumplir todas las legislaciones en vigor para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene	89 %	11%

Responda	Sí	No
procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la empresa o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.		

Fuente: Elaboración propia.

Un aspecto que debe mejorar la empresa pública Santa Elena EP es el correspondiente al Comité o Consejo responsable de las cuestiones éticas y su reconocimiento interno y externo.

3.2.2.- Indicador 2: Arraigo en la Cultura Organizativa

En el Arraigo en la Cultura Organizativa se refiere a la eficacia con que se socializan y diseminan los valores y principios éticos de la empresa. En este no hubo consenso en las respuestas de los encuestados. Se obtuvieron tres grupos de tres personas donde cada grupo se refirió a una de las primeras etapas.

Esa misma falta de consenso se puede apreciar en la Tabla 3.7 que corresponde a la información adicional de las Cuestiones Binarias. En el único ítem que hubo coincidencia entre los encuestados fue en la “familiaridad en su quehacer cotidiano”.

Tabla 3.7. Información adicional sobre el Arraigo en la Cultura Organizativa.

Responda	Sí	No
2.1.- Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación de 360° o herramientas similares.	33 %	66 %
2.2.- Los empleados de la empresa demuestran familiaridad en su quehacer cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.	100 %	0
2.3.- ¿Desarrolló la estructura organizativa procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y/o su declaración de valores?	56 %	44 %

Fuente: Elaboración propia.

Se considera que en la Empresa se encuentra en la Etapa 2 de las Cuestiones de Profundidad donde los procesos de difusión de los valores y principios éticos se enfocan en el público interno.

Con vistas al modelo de gestión social y ambiental responsable la empresa pública Santa Elena EP debe plantearse mejorar los canales de difusión de sus valores y principios, no solo para el público interno sino para toda la comunidad.

3.2.3.- Indicador 3: Relaciones con la Competencia

Las Relaciones con la Competencia y otras organizaciones que tienen el mismo propósito siguen “las prácticas de precio y competencia comunes al mercado”, se intenta que a la hora de posicionar una propuesta se realice de manera leal. Este comportamiento es reconocido por siete de los nueve empleados encuestados que ubican a la entidad en la Etapa 1 de la Cuestión de Profundidad.

En las respuestas hubo una persona que consideró que la Empresa se halla en la Etapa 2 y otra que piensa que está en la Etapa 3. Valorando los requerimientos de cada una de ellas se considera que es posible llegar a las mismas con algunos cambios y mejoras en un futuro próximo.

En la Tabla 3.8 se muestra información adicional referida a las Relaciones con la Competencia. En las respuestas se pueden observar varios aspectos positivos que corroboran la Etapa 1 en que se encuentra la Empresa y la posibilidad de incrementar el nivel a etapas superiores. Existe consenso de la no existencia de competencia desleal y el hecho de no haber sido denunciada por este tipo de prácticas.

Aspectos para mejorar son los vinculados a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración y falsificación de productos; los cuales no están explícitamente declarados en la documentación de la Empresa. Además, es necesario que la política sobre la competencia desleal abarque a toda la cadena productiva y tipos de proyectos en los que participe la empresa pública Santa Elena EP.

Tabla 3.8. Información adicional referida a las Relaciones con la Competencia.

Responda	Sí	No
3.1.- Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	89 %	11 %
La empresa:		
3.2.- expone públicamente, y con frecuencia, sus principios con relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.).	78 %	22 %
3.3.- adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.	67 %	33 %
3.4.- La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la compañía.	33 %	67 %
Aborda también los siguientes rubros:		
3.5.- Piratería;	11 %	89 %
3.6.- Evasión fiscal;	33 %	67 %
3.7.- Contrabando;	22 %	78 %
3.8.- Adulteración de productos o marcas;	22 %	78 %
3.9.- Falsificación de productos.	22 %	78 %
La empresa:		
3.10.- ha sido denunciada los últimos tres años por práctica de competencia desleal.	0	100 %
3.11.- ha sido denunciada los últimos tres años por órganos u otras organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos.	0	100 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.- Indicador 4: Gestión Participativa

La Gestión Participativa junto a los cuatro indicadores que siguen (5 - 8) forman parte del Tema 2 referido Público interno.

En este indicador se valora la manera en que los empleados se involucran en la gestión de la empresa. Las respuestas son diversas en cuanto a la etapa en que se hallan, tres grupos de tres cada uno clasifica para las Etapas 1, 2 y 3. Estas diferencias en las opiniones podrían estar dadas por las funciones y responsabilidades que cada empleado ocupa en el organigrama de la institución.

Al analizar las respuestas se puede considerar que en la Cuestión de Profundidad la Empresa se halla en la Etapa 2, pues seis de los encuestados así lo valoran. Eso significa que la entidad pone a disposición de los empleados informaciones relacionadas con su historial, la misión, visión, políticas, organigrama, principales aliados y clientes entre

otras. Por otro lado, los entrena para que puedan comprender y analizar todos sus procesos y programas. Por último, también pone a su disposición informaciones económico-financieras.

La información adicional se muestra en la Tabla 3.9. Hay opiniones divididas respecto a la integración de las comisiones de trabajadores y los programas de estímulos y reconocimientos de sugerencias para mejorar los procesos internos. Esto se contradice con las políticas y mecanismos para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.

Tabla 3.9. Información adicional relacionada con la Gestión Participativa.

Responda	Sí	No
4.1.- Todos los integrantes de comisiones de trabajadores son electos por los mismos empleados sin interferencia de la empresa.	44 %	56 %
4.2.- La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.	89 %	11 %
4.3.- Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos.	44 %	56 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.- Indicador 5: Valor de la Diversidad

En la Legislación ecuatoriana está explícitamente declarado el rechazo a cualquier forma de discriminación, independientemente del origen que esta tenga. La empresa pública Santa Elena EP sigue esa normativa y así lo reconoce el 90 % de los encuestados.

En la Cuestión de Profundidad la Empresa es ubicada en la Etapa 1 al rechazar comportamientos discriminatorios y promover la igualdad de oportunidades para todos sus miembros, lo mismo preconiza para sus clientes, proveedores y la comunidad del entorno en que se desempeña.

La información adicional que aparece en la Tabla 3.10, como parte de la Cuestión Binaria, corrobora el carácter no discriminatorio de la Etapa 1 en que se encuentra la empresa pública Santa Elena EP. Es de destacar que sus políticas contemplan explícitamente el

rechazo a la discriminación: étnico-racial, género, edad, religión, orientación sexual, origen geográfico, clase social, discapacidad, entre otras causas.

No quedan claras las políticas para la contratación de personas con edades superiores a los 45 años, brindar oportunidades de trabajo a ex detenidos y trabajadores indígenas y otros grupos comúnmente excluidos; siendo estos, tal vez, los principales aspectos por mejorar en cuanto al Valor de la Diversidad.

Tabla 3.10. Información adicional referida al Valor de la Diversidad.

Responda	Sí	No
5.1.- La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	67 %	33 %
Esa política contempla explícitamente:		
5.2.- la cuestión étnico-racial;	67 %	33 %
5.3.- la cuestión de género;	67 %	33 %
5.4.- la cuestión de edad;	67 %	33 %
5.5.- la cuestión religiosa;	67 %	33 %
5.6.- la cuestión de la orientación sexual;	67 %	33 %
5.7.- la cuestión del origen geográfico;	67 %	33 %
5.8.- la cuestión de la clase social;	67 %	33 %
5.9.- la cuestión de la discapacidad;	89 %	11 %
5.10.- la cuestión de la apariencia física	67 %	33 %
5.11.- En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades respecto a los segmentos en desventaja, entre otras situaciones.	67 %	33 %
5.12.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido.	67 %	33 %
5.13.- En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, encaminamiento, análisis e investigación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación.	56 %	44 %
5.14.- La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cuotas de plazas para ese público.	67 %	33 %
5.15.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad.	44 %	56 %

Responda	Sí	No
5.16.- La empresa ha promovido o está promoviendo las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones en vigor.	56 %	44 %
5.17.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años.	11 %	89 %
5.18.- De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados.	67 %	33 %
5.19.- La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años.	67 %	33 %
5.20.- La empresa ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos.	22 %	78 %
5.21.- De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan políticas específicas para trabajadores indígenas.	11 %	89 %

Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas acerca de las Cuestiones Cuantitativas en este indicador están relacionadas con porcentajes de personas con discapacidad en la Empresa y los salarios devengados por ellos. Las respuestas obtenidas no satisfacen las expectativas de esta investigación, quizás esto se debe a que por sus funciones en la entidad no son de dominio de la mayoría de los empleados.

3.2.6.- Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

La Empresa se encuentra en la Etapa 1 de la Cuestión de Profundidad, según el criterio de ocho de los nueve empleados encuestados. De manera que se siguen los postulados de la legislación ecuatoriana que prohíbe la discriminación en el mundo laboral por motivos de raza.

En la Tabla 3.11 se puede observar que en la Empresa no se realizan campañas de concientización para que los empleados comprendan la importancia de la equidad y la no discriminación. Tampoco existen metas para promover la equidad racial en procesos de admisión y promoción. Es probable que estas supuestas falencias tengan su explicación en que, en general, en la empresa pública Santa Elena EP la discriminación racial no es un problema.

Tabla 3.11. Información adicional relacionada con el Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial.

Responda	Sí	No
6.1.- La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	78 %	22 %
6.2.- Resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diverso origen étnico.	56 %	44 %
6.3.- La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social, acceso a entrenamientos y becas de estudios.	78 %	22 %
6.4.- La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial.	22 %	78 %
6.5.- La empresa tiene metas para promover la equidad racial en los procesos de admisión, promoción y entrenamiento en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas.	22 %	78 %
6.6.- La política de promoción de la equidad racial y no discriminación garantiza la participación de todos (sin distinción de raza) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.	78 %	22 %
6.7.- La promoción de la equidad racial y no discriminación es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.	44 %	56 %
6.8.- La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de las personas por su origen racial.	78 %	22 %

Fuente: Elaboración propia.

Los datos recopilados como parte de la Cuestión Cuantitativa no contribuyen al esclarecimiento de la cantidad de personas afrodescendientes, indígenas, montubias y cholos que hay en la institución, tampoco a los salarios que estos reciben.

3.2.7.- Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

La opinión unánime de los encuestados respecto al objetivo de cooperar para combatir prejuicios y ampliar oportunidades laborales a las mujeres coloca a la empresa pública Santa Elena EP en la Etapa 1 de la Cuestión de Profundidad.

En la institución se cumple lo establecido en la Constitución ecuatoriana que prohíbe la discriminación de las mujeres, de hecho, existe una postura contraria a cualquier prejuicio en este sentido.

El análisis de la información adicional (Tabla 3.12), que permite corroborar la valoración de la Cuestión de Profundidad, muestra que las opiniones son divididas en varios de los ítems binarios. No quedan explícitamente claros para los encuestados diversos aspectos como son:

1. Las políticas de mejoramiento de la calificación y promoción de las mujeres.
2. Las políticas de prohibición de contratación, despido o promoción en correspondencia con el estado civil o la condición reproductiva.
3. Las campañas internas de concienciación para valorar la mujer.
4. Las metas para la contratación y movilidad interna que promuevan la equidad de género.
5. Las políticas que prohíban actividades que puedan intimidar a las mujeres en el ambiente laboral.
6. La política de comunicación que no permita la utilización de la imagen estereotipada de la figura femenina.
7. Los procedimientos que protejan a las mujeres contra el acoso y las violaciones de cualquier tipo en el ambiente laboral.

Tabla 3.12. Información adicional vinculada con el Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género.

Responda	Sí	No
7.1.- La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	78 %	22 %
7.2.- Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.	56 %	44 %
7.3.- La política prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.	44 %	56 %
7.4.- La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social, acceso a entrenamientos y becas de estudios.	67 %	33 %

Responda	Sí	No
7.5.- Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer.	33 %	67 %
7.6.- El plan de salud de la empresa contempla adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer.	56 %	44 %
7.7.- La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas.	56 %	44 %
7.8.- La política de promoción de la equidad asegura la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.	78 %	22 %
7.9.- La empresa promueve, cuando es necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres.	56 %	44 %
7.10.- La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral.	44 %	56 %
7.11.- La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.	44 %	56 %
7.12.- Tiene en la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.	56 %	44 %
7.13.- La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las seropositivas.	78 %	22 %
7.14.- La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físico y sexuales en el sitio laboral.	33 %	67 %
7.15.- La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable.	44 %	56 %

Fuente: Elaboración propia.

Las Cuestiones Cuantitativas no fueron contestadas por todos los encuestados y se nota un marcado desconocimiento de las cifras reales en las respuestas recibidas.

3.2.8.- Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

Todos los encuestados coinciden en que la Empresa asegura buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, de manera que cumple sus obligaciones legales, además de

tener planes y metas que garantizan estos estándares. Estas aseveraciones llevan a categorizar las Cuestiones de Profundidad en la Etapa 1.

La información adicional sobre este indicador (Tabla 3.13) es reveladora de aspectos que se deben mejorar en la empresa pública Santa Elena EP. Las Cuestiones Binarias de este ítem no fueron respondidas en su totalidad, se supone que esto se debe a desconocimiento de estos por parte de los encuestados.

Las normas referidas en el punto 8.1 de la Tabla 3.13 son estándares y certificaciones que promueven sistemas de gestión para mejorar la salud de los trabajadores y la seguridad ocupacional.

Tabla 3.13. Información adicional sobre Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo.

Responda	Sí	No
La empresa:		
8.1.- Ha sido avalada por las normas SA8000, BS 8800, OHSAS 18001 u otra norma equivalente.	43 %	57 %
8.2.- Ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.	44 %	56 %
8.3.- Ofrece programa específico para portadores de HIV/SIDA.	29 %	71 %
8.4.- Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.	78 %	22 %
8.5.- Prevé esa política la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA.	56 %	44 %
8.6.- Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia e investigación de hechos.	57 %	43 %
8.7.- Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia e investigación de hechos.	57 %	43 %
8.8.- Promueve ejercicios físicos en el horario laboral.	71 %	29 %
8.9.- Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de <i>call center</i> , cajeros etc.)	57 %	43 %
8.10.- Posee programa de orientación alimentaria y nutricional.	43 %	57 %

Responda	Sí	No
8.11.- Posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras.	86 %	14 %
8.12.- Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos.	57 %	43 %

Fuente: Elaboración propia.

Algunos de los aspectos de las Cuestiones Binarias de este indicador a los que debe prestar atención la Empresa son los siguientes:

1. Elaborar un programa de prevención y tratamiento para las adicciones y la drogadicción.
2. Desarrollar un programa para portadores de HIV/SIDA, que incluya la no discriminación a esas personas.
3. Proponer un programa de orientación alimentaria y nutricional.

Las Cuestiones Cuantitativas reflejan que, en los años 2018, 2019 y 2020 prácticamente no ocurrieron accidentes laborales. Por otra parte, ninguno de ellos condujo al retiro temporal de los empleados, tampoco hubo mutilaciones, daños a la integridad física de los empleados, ni muertes.

3.2.9.- Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental

Los indicadores 9, 10 y 11 corresponden al Tema 3 relacionado con el Medio Ambiente.

Los criterios recogidos en este indicador sobre el Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental son un tanto contradictorios. Por un lado, tres encuestados plantean que se trata con responsabilidad los impactos ambientales provocados por sus actividades y, por tanto, cumplen parámetros y requisitos de la legislación para la mejora ambiental. De ser así, la Empresa se halla en la Etapa 1. Sin embargo, un grupo de cinco empleados contesta que en la institución “Nunca hemos tratado ese asunto antes”.

La contradicción de criterios antes expuesta conduce a un análisis detallado de la Cuestión Binaria que aparece en la Tabla 3.14. Es evidente el desconocimiento de la política ambiental por parte de los empleados. De la misma forma, se puede apreciar que la Empresa no participa en comités/consejos en los que se analizan temas ambientales.

Tabla 3.14. Información adicional sobre el Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.

Responda	Sí	No
La empresa:		
9.1.- la política ambiental es formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	22 %	78 %
9.2.- mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas.	33 %	67 %
9.3.- participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.	11 %	89 %
9.4.- contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados.	89 %	11 %
9.5.- tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de exploración ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)	100 %	0
9.6.- tiene procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejoría de la calidad ambiental.	78 %	22 %

Fuente: Elaboración propia.

Como aspectos positivos a destacar en el Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental aparecen la preservación de la biodiversidad en proyectos elaborados por la Empresa y su política de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales.

3.2.10.- Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental

En este indicador también son contradictorios los resultados, respecto a las Cuestiones de Profundidad. Se han formado tres grupos de respuestas en la clasificación de la etapa en que se encuentra la Empresa.

El mayor de los grupos formado por cuatro individuos considera que en la empresa se desarrollan campañas de concienciación y educación ambiental, que tienen como grupos meta a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes, así como a la comunidad del entorno. Además, apoya o participa en proyectos educacionales en asociación con otras instituciones y organismos. Esto conduciría a la Etapa 4. Sin embargo, tres encuestados plantean que “Nunca hemos tratado ese asunto antes” y dos

empleados clasifican el accionar de la entidad en la Etapa 1 en la que desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática.

Ante esta diversidad de criterios se acude al análisis de la información adicional que aparece en la Tabla 3.15. Las respuestas a los tres aspectos planteados dejan claro que en la Empresa la Educación y Concienciación Ambiental tienen falencias, ya sea porque no se realizan o por la no socialización de las actividades vinculadas a esta importante temática.

En resumen, se puede concluir que la Empresa prácticamente no ha avanzado en la Educación y Concienciación Ambiental, tema que nunca o casi nunca se ha tratado con el colectivo de empleados de la institución.

Tabla 3.15. Información adicional sobre Educación y Concienciación Ambiental.

Responda	Sí	No
La empresa:		
10.1.- desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía.	33 %	67 %
10.2.- desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en las 3Rs (<i>Reducción, Reutilización y Reciclaje</i>).	33 %	67 %
10.3.- desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente.	33 %	67 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.11.- Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

Este indicador se refiere a la prevención y reducción de daños ambientales, además de la optimización de procesos. Las respuestas son contradictorias, cinco encuestados plantean “Nunca hemos tratado ese asunto antes”, mientras otros califican a la empresa pública Santa Elena EP en las Etapas 1 y 2, dos individuos en cada una de ellas.

En la Etapa 1 la institución plantea la reducción del consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, al mismo tiempo, sin cambiar sus procedimientos tecnológicos implementa procesos adecuados para el destino de sus residuos.

La Etapa 2 va más allá, pues además de las acciones realizadas en la Etapa 1 invierte en la actualización de sus estándares tecnológicos.

En la Tabla 3.16 se pueden apreciar las respuestas a la Cuestión Binaria, en ella se puede corroborar que la mayoría de los encuestados considera que:

1. No existen iniciativas para el uso de energías renovables.
2. No se mantienen acciones de control de la contaminación provocada por los vehículos.
3. No se posee un sistema de monitoreo para el seguimiento de metas en: el aumento de la eficiencia energética, la reducción del consumo de agua, la reducción en la generación de residuos sólidos y la reducción de las emisiones de CO₂ y otros gases de efecto invernadero.

Tabla 3.16. Información adicional referida a la Minimización de entradas y salidas de materiales.

Responda	Sí	No
La empresa:		
11.1.- tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.	22 %	78 %
11.2.- mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.	11 %	89 %
La empresa tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:		
11.3.- el aumento de la eficiencia energética.	11 %	89 %
11.4.- la reducción del consumo de agua.	22 %	78 %
11.5.- la reducción de generación de residuos sólidos.	22 %	78 %
11.6.- la reducción de emisión de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera.	22 %	78 %

Fuente: Elaboración propia.

La comparación de las Cuestiones de Profundidad y Binarias lleva a concluir que realmente en la institución existen falencias en cuanto a la minimización de la entrada y salidas de materiales, por tanto, es muy probable que no sea un tema al que se le ha prestado la debida atención como plantea la mayoría de los encuestados.

3.2.12.- Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Este indicador pertenece al Tema 4, relacionado con los Proveedores, por tanto, la encuesta se aplicó tanto a éstos últimos como a los empleados de la empresa, es decir, se analizan las dos perspectivas.

La mayoría de los encuestados coincide en que la empresa pública Santa Elena EP, para regular sus relaciones con proveedores, adopta políticas de selección y evaluación en función de parámetros de calidad, precio y plazo. Esto ubicaría a la entidad en la Etapa 1, sin embargo, el 75 % de los proveedores encuestados considera que, además de lo antes planteado, la Empresa tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios t exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal, lo cual corresponde a la Etapa 2 de la Cuestión de Profundidad.

En la Tabla 3.17 se puede observar las respuestas a las Cuestiones Binarias de los empleados y de los proveedores. Hay aspectos en los que ambos criterios son coincidentes, sin embargo, llama la atención que existen parámetros en que las opiniones son totalmente divergentes, los empleados afirman que la institución cumple con ellos, mientras los proveedores tienen un criterio opuesto. Ejemplo de ellos son:

1. Programas específicos de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.
2. Informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo las cuestiones relacionadas con la responsabilidad social empresarial en la cadena productiva.
3. La discusión de cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores.
4. La exigencia de prácticas de responsabilidad social de sus proveedores.

Tabla 3.17. Información adicional sobre Criterios de selección y evaluación de proveedores.

Responda	Empleados		Proveedores	
	Sí	No	Sí	No
La empresa:				
12.1.- incluye las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de	89 %	11 %	100 %	0

Responda	Empleados		Proveedores	
	Sí	No	Sí	No
conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.				
12.2.- al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general.	89 %	11 %	100 %	0
12.3.- adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.	56 %	44 %	25 %	75 %
12.4.- produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva.	56 %	44 %	0	100 %
12.5.- discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios.	67 %	33 %	0	100 %
12.6.- establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social.	67 %	33 %	25 %	75 %
12.7.- al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas.	56 %	44 %	0	100 %
12.8.- conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente.	44 %	56 %	25 %	75 %
12.9.- adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de robo de carga.	78 %	22 %	100 %	0

Fuente: Elaboración propia.

Un elemento positivo para destacar, en el que coinciden los criterios de ambos grupos, es el que plantea que la Empresa adopta criterios de compra con garantía de origen, de manera que se evita la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de un acto ilegal.

3.2.13.- Indicador 13: Política de Comunicación Comercial

Los indicadores 13, 14 y 15 corresponden al Tema 5 que trata sobre los Consumidores y Clientes. Como en el caso de los Proveedores se analizan las dos percepciones, la de los empleados de la empresa pública Santa Elena EP y la de sus Clientes. de Cardoso Oliveira Neto et al. (2015) reconocen el papel que desarrollan los clientes en el desarrollo de productos y procesos productivos ecoeficientes.

Es criterio mayoritario de empleados y clientes encuestados que la Empresa se halla en la Etapa 3, de la Cuestión de Profundidad, al considerar la influencia de su política de comunicación comercial en su imagen de credibilidad y confianza. Esto implica que se tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo, o sea, la política de comunicación posibilita la formación de valores positivos en la sociedad.

En la Tabla 3.18 se muestran los criterios obtenidos de los encuestados respecto a la Cuestión Binaria. En la mayoría de los ítems consultados se aprecia coincidencia de opiniones. Se destacan elementos positivos y negativos, en los primeros se encuentran entre otros, los siguientes:

- La actualización de materiales de comunicación destinados a los clientes, de manera que se transparente la relación.
- Se realizan análisis de piezas publicitarias antes de socializarlas con el propósito de verificar que se ajuste a sus principios y valores. Además de que cumplan con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Ninguna pieza publicitaria o campaña de comunicación ha sido reclamada por clientes u organizaciones de la sociedad civil, en los últimos tres años.

Tabla 3.18. Información adicional sobre la Política de Comunicación Comercial.

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
13.1.- La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	44 %	56 %	60 %	40 %
La empresa:				
13.2.- actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y	67 %	33 %	80 %	20 %

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos.				
13.3.- llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.).	67 %	33 %	80 %	20 %
13.4.- tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto.	33 %	67 %	20 %	80 %
13.5.- realiza análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.	56 %	44 %	100 %	0
13.6.- tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable.	33 %	67 %	40 %	60 %
13.7.- interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infante juvenil.	33 %	67 %	60 %	40 %
13.8.- realiza análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.	56 %	44 %	60 %	40 %
13.9.- ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamación de clientes, proveedores o de la competencia.	0	100 %	0	100 %
13.10.- ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o piezas publicitarias vetadas y/o recogidas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada.	0	100 %	0	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Un aspecto por mejorar en la Empresa, que señalan tanto empleados como clientes es que: no hay una política explícitamente declarada contra propaganda que sitúe a las personas en riesgo o faltas de respeto.

3.2.14.- Indicador 14: Excelencia de la Atención

Los encuestados reconocen el compromiso con la calidad de los servicios de atención al cliente de la Empresa, debido a que posee un servicio de atención básica receptivo, que es socializado, enfocado en la información y en la solución de demandas individuales.

Las apreciaciones anteriores indican que en la Cuestión de Profundidad la empresa se ubica en la Etapa 1, aun cuando, según la opinión de algunos podría estar en las Etapas 2 o 3.

La información adicional de este indicador se puede apreciar en la Tabla 3.19. En la mayoría de los ítems consultados en la Cuestión Binaria las opiniones son divididas. Se evidencia que en la atención a clientes es necesario que la Empresa defina claramente sus políticas, las cuales deben estar explícitamente declaradas en sus documentos normativos.

Tabla 3.19. Información adicional sobre la Excelencia de la Atención.

Responda	Sí	No
14.1.- La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	33 %	67 %
La empresa:		
14.2.- tiene un defensor del consumidor o función similar.	11 %	89 %
14.3.- ofrece Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.	22 %	78 %
14.4.- promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.	33 %	67 %
14.5.- entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas.	44 %	56 %
14.6.- advierte continuamente a su profesional de atención al público y áreas relacionadas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios.	33 %	67 %
14.7.- acompaña el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa.	33 %	67 %
14.8.- al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente.	67 %	33 %

Responda	Sí	No
14.9.- tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios.	44 %	56 %
14.10.- adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.	56 %	44 %
14.11.- le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas.	56 %	44 %
14.12.- le solicita al cliente tan sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias.	56 %	44 %
14.13.- provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización.	33 %	67 %
14.14.- adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa.	33 %	67 %

Fuente: Elaboración propia.

Como elementos positivos a destacar en este indicador están que: (i) la empresa solo utiliza argumentos verdaderos para el convencimiento del cliente; (ii) para compartir información de sus clientes a otras instituciones previamente solicita su autorización.

3.2.15.- Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

En la Empresa se conocen y manejan los daños que potencialmente podrían causar sus productos y servicios, para ello realiza estudios e investigaciones técnicas de manera regular, que socializa con sus clientes y cuando es necesario adopta medidas para prevenir o corregir los daños que producto de las posibles fallas. Este accionar ubica a la empresa pública Santa Elena EP en la Etapa 2 de la Cuestión de Profundidad.

En la Tabla 3.20 se puede observar la coincidencia de criterios de los encuestados en respecto a que la Empresa no ha tenido reclamaciones por sus productos por parte de los clientes, ni comercializa productos que están prohibidos en otros países.

Tabla 3.20. Información adicional sobre Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
La empresa:				
15.1.- mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.	33 %	67 %	40 %	60 %
15.2.- posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis.	56 %	44 %	40 %	60 %
15.3.- ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.	0	100 %	0	100 %
15.4.- ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.	0	100 %	0	100 %
15.5.- tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Ecuador o exportados.	0	100 %	0	100 %
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la empresa:				
15.6.- ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado.	11 %	89 %	0	100 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.16.- Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales

Este indicador y el siguiente pertenecen al Tema 6 de Comunidad, que valora las relaciones de las empresas con organizaciones comunitarias, Organizaciones no Gubernamentales y otras entidades que se ubican en su entorno.

La mayoría de los encuestados coincide en que la Etapa 1 donde conoce sus actividades y responde puntualmente a pedidos de apoyo. No obstante, algunos opinan que la empresa divulga sus experiencias exitosas, participa en la elaboración de proyectos en colaboración con instituciones del territorio; aspectos que corresponden a etapas superiores de la Cuestión de Profundidad.

En cuanto a la Cuestión Binaria hay consenso sobre el levantamiento de necesidades locales que realiza la Empresa antes de comenzar los diseños de proyectos en la comunidad (Tabla 3.21).

Tabla 3.21. Información adicional sobre las Relaciones con Organizaciones Locales.

Responda	Sí	No
La empresa:		
16.1.- hace un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad.	67 %	33 %
16.2.- realiza, en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educacionales y/o de interés público.	33 %	67 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.17.- Indicador 17: Involucración con la Acción Social

Este indicador se refiere a la forma en que la Empresa concreta su acción social, a partir de donaciones de productos y recursos financieros, el desarrollo de proyectos sociales y el voluntariado de sus empleados. La mayoría de los encuestados planteó “Nunca hemos tratado ese asunto antes”, sin embargo, varios ubicaron el trabajo de la empresa pública Santa Elena EP en las Etapas 1 y 2 de la Cuestión de Profundidad.

Las respuestas a las Cuestiones Binarias que aparecen en la Tabla 3.22 corroboran que en la empresa pública Santa Elena EP no hay definidas políticas de acción social que conduzcan a su involucramiento con la comunidad. Este debe ser un elemento para considerar como parte de su responsabilidad social con miras a mejorar su gestión si en su visión se plantea ser una empresa socialmente responsable.

Tabla 3.22. Información adicional sobre el Involucramiento en la Acción Social.

Responda	Sí	No
La empresa:		
17.1.- utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios.	11 %	89 %
17.2.- divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.	44 %	56 %
17.3.- autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.	25 %	75 %
Respecto a la gobernanza de la acción social, la empresa:		
17.4.- posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa.	11 %	89 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.18.- Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Este indicador y el siguiente forman parte del Tema 7 referido a Gobierno y Sociedad.

Los encuestados consideran que la Empresa se halla en la Etapa 2 de la Cuestión de Profundidad, debido a que mantiene una postura de prohibición de favorecimientos, tanto directos como indirectos, a autoridades y agentes del servicio público, en todos los niveles o jerarquías.

Es de reconocer que el nombre de la empresa nunca se ha visto involucrado en actos de corrupción u ofrecimiento de coimas a agentes públicos, como aseguran todos los involucrados (Tabla 3.23).

Tabla 3.23. Información adicional sobre Prácticas Anticorrupción y Anticoima.

Responda	Sí	No
La empresa:		
18.1.- ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos.	0	100 %
18.2.- prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.	56 %	44 %
18.3.- posee política explícita de no apoyo y no participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados).	78 %	22 %

Fuente: Elaboración propia.

3.2.19.- Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Como parte de sus actividades para el involucramiento social, la Empresa contribuye con el pago de impuestos, participa en la realización de eventos como respuesta a solicitudes de las autoridades y en la elaboración, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general. Todo esto permite que en la Cuestión de Profundidad la empresa pública Santa Elena EP se ubique en la Etapa 4.

Las respuestas a las Cuestiones Binarias (Tabla 3.24) contribuyen a identificar las falencias de la Empresa en cuanto a su participación en Proyectos Sociales Gubernamentales donde el patrocinio a programas de becas es un tema por mejorar.

Tabla 3.24. Información adicional sobre la Participación en Proyectos Gubernamentales.

Responda	Sí	No
La empresa:		
19.1.- adopta o desarrolla alianza con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.	67 %	33 %
19.2.- patrocina programa público o privado de beca escolar.	13 %	87 %
19.3.- articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa.	38 %	62 %

Fuente: Elaboración propia.

A manera de resumen, en la Tabla 3.25 se pueden observar las Etapas en que se encuentra la empresa pública Santa Elena EP, respecto a las Cuestiones de Profundidad de los Indicadores Ethos (Instituto Ethos, 2010). Con la investigación realizada quedan demostradas las fortalezas de los Indicadores Ethos planteadas por Villa Castaño & Herrera Romero (2020), entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

- Hacen una valoración holística de las empresas en cuanto a su responsabilidad social, al evaluar políticas y acciones en siete temas.
- Herramienta para el autodiagnóstico de las empresas.
- Identifica y refuerza los compromisos éticos de la empresa en su gestión social y ambiental.

La mayoría de los indicadores estudiados para la caracterización se evaluaron en las Etapas 1 y 2, que según Bertolazzi et al. (2011) son empresas con una Responsabilidad Social pobre o incipiente.

El Tema 3 relacionado con el Medio Ambiente es el que menos desarrollo tiene en la Empresa, según la apreciación de los encuestados, quienes en su mayoría respondieron que “Nunca hemos tratado ese asunto antes”, lo cual se corroboró con las respuestas a las Cuestiones Binarias. Los temas medioambientales constituyen un elemento fundamental a considerar y mejorar por parte de los directivos de la Empresa y todo público interno.

Tabla 3.25. Etapas en que se ubica la empresa pública Santa Elena EP en cada indicador.

No.	Indicadores	Etapas
1	Compromisos Éticos	2
2	Arraigo en la Cultura Organizativa	2
3	Relaciones con la Competencia	1
4	Gestión Participativa	2
5	Valor de la Diversidad	1
6	Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial	1
7	Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	1
8	Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	1
9	Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental	NHT ¹
10	Educación y Concienciación Ambiental	NHT ¹
11	Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	NHT ¹
12	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	1
13	Política de Comunicación Comercial	3
14	Excelencia de la Atención	1
15	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	2
16	Relaciones con Organizaciones Locales	1
17	Involucración con la Acción Social	*
18	Prácticas Anticorrupción y Anti-coima	2
19	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	4

NHT¹: Nunca hemos tratado ese asunto antes.

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IV. Propuesta

En este capítulo se presenta el Modelo para la gestión social y ambiental responsable propuesto para la Empresa Pública Santa Elena EP. En la Figura 4.1 se puede observar la estructura del Modelo, ella consta de cuatro dimensiones: Planificación, Organización, Dirección y ejecución y Control.



Figura 4.1. Modelo para la gestión social y ambiental responsable.

A continuación, se analiza en detalle cada una de las partes del modelo propuesto.

4.1.- Planificación

En este epígrafe se propone el Modelo para la gestión social y ambiental responsable de la empresa pública Santa Elena EP, el cual se fundamenta en la caracterización realizada en el apartado anterior, tomando aspectos positivos y negativos identificados a través de los Indicadores Ethos, y documentos programáticos y normativos de la entidad.

4.1.1.- Filosofía empresarial

Misión

Proyectar y ejecutar obras, bienes y servicios productivos, académicos, sociales, investigativos, y ambientales, pertinentes con relación a la matriz productiva territorial y del país, mediante acciones empresariales social y ambientalmente responsables, que estimulen al desarrollo sustentable y sostenible de Santa Elena y Ecuador, a partir de

buenas prácticas empresariales, cuyas ganancias contribuyan al incremento de los horizontes académicos y científicos de Santa Elena.

Visión

Ser la empresa líder en el diseño y ejecución de proyectos sostenibles y sustentables para Santa Elena y el país, con énfasis en obras y servicios productivos, académicos, sociales, investigativos, y ambientales, a partir de articular el perfil científico – académico de la UPSE y las buenas prácticas empresariales, donde la ciencia ocupe un lugar preponderante en la búsqueda de resultados positivos para la Península de Santa Elena y el país.

Valores

Los valores que promulga la empresa pública Santa Elena EP son:

- **Transparencia:** al garantizar una permanente actitud vertical y gestión objetiva para fortalecer la confianza y credibilidad en todas sus operaciones.
- **Responsabilidad:** Asumir las funciones y deberes, con la convicción de cumplirlas de manera eficaz, eficiente y oportuna, en el marco de los objetivos estratégicos de la empresa.
- **Integridad:** Evidenciar en cada una de las acciones que se ejecuten un comportamiento honesto con el fin de demostrar solvencia moral y ética generando confianza.
- **Solidaridad:** Actuar con sentido de apoyo, respaldo y defensa de las causas promovidas a favor del desarrollo individual o colectivo de los miembros de la empresa y de la sociedad.
- **Eficiencia:** Buscar constantemente nuevas y mejores formas de hacer todas las operaciones, haciendo un manejo óptimo de los recursos.

Principios

Los principios que sustentan el accionar de la empresa pública Santa Elena EP son los siguientes:

- El Trabajo en equipo.
- Considerar que toda opinión es importante.
- La Tolerancia.

- Rendición de cuentas.

4.1.2.- Políticas Empresariales

Son políticas empresariales de Santa Elena EP, las siguientes:

- Política de Seguridad, Salud y Ambiente
- Política de Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias
- Política de Seguridad de la Información Institucional.

El detalle de cada una de estas Políticas se expresa a continuación.

Política de Seguridad, Salud y Ambiente

1. Cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en materia de seguridad, salud y ambiente.
2. Integrar los objetivos empresariales a la gestión de seguridad, salud y ambiente, articulando sus acciones con los principios constitucionales.
3. Contribuir para el desarrollo de energías sustentables.
4. Proveer los recursos humanos, económicos, tecnológicos y financieros, necesarios para mejorar de manera continua el desempeño individual y colectivo de Seguridad, Salud y Ambiente en todas las actividades.
5. Establecer sistemas de gestión para controlar, medir y mejorar el desempeño de Seguridad, Salud y Ambiente, involucrando activamente a todo el personal que labora en la empresa, con el propósito de prevenir la contaminación ambiental, lesiones y enfermedades ocupacionales.
6. Ejecutar los procesos de rehabilitación y remediación en las diferentes áreas de operación de la Empresa, priorizando el uso del equipo humano y recursos propios de la Santa Elena EP.
7. Asegurar que los colaboradores cuenten con capacidades, conocimientos y recursos necesarios, relacionados con la seguridad, salud y ambiente; con el propósito de alcanzar un entorno laboral ambientalmente amigable, seguro y saludable.
8. Implementar el programa de prevención integral al uso y consumo de drogas, en el que intervendrán y se involucrarán todos los colaboradores que forman parte de Santa Elena EP.

9. Controlar la posesión y distribución de drogas en la institución, en el desarrollo de las actividades dentro de las instalaciones y durante la operación de maquinaria y vehículos, o cuando sus colaboradores estén realizando trabajos en nombre de la misma en otras locaciones.
10. De existir casos de personas con dependencia a las drogas, la empresa pública Santa Elena EP se compromete a apoyar y gestionar la atención especializada correspondiente, en lo referente a procesos de tratamiento /acompañamiento terapéutico, tanto en el sistema de salud pública como en el privado.
11. La Empresa apoyará y gestionará la integración laboral de las personas que voluntariamente han participado y concluido un proceso de tratamiento/acompañamiento terapéutico, por consumo de alcohol u otras drogas, en las mismas condiciones a las que tenía antes de la iniciar el proceso, tomando en cuenta las sugerencias del especialista tratante.
12. Construir instalaciones seguras conforme a los estándares de las industrias, brindando el mantenimiento oportuno y manteniendo condiciones adecuadas de seguridad.
13. Garantizar que todos los empleados y contratistas entiendan que el trabajo seguro y la protección del ambiente es un requisito para realizar sus actividades y que cada uno de ellos es responsable de su propia seguridad, de quienes les rodean y la del entorno.
14. Aplicar buenas prácticas en los proyectos para la prevención de la contaminación y riesgos laborales.
15. Realizar seguimiento de las condiciones de salud del personal y de la gestión de los riesgos relacionados con el trabajo que desempeñan.
16. Sociabilizar la presente política a los trabajadores, contratistas, proveedores y partes interesadas en las operaciones de Santa Elena EP.

Política de Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias

1. Fortalecer los sistemas de gestión de la empresa.
2. Minimizar el impacto ambiental de los procesos empresariales.
3. Fortalecer el gobierno corporativo.
4. Dirigir, coordinar y controlar el desarrollo de políticas y normativas vinculadas a la gestión de relaciones comunitarias, que faciliten la ejecución de los programas

y procesos de la Empresa en armonía con las comunidades de sus áreas de influencia, estableciendo vínculos fundamentados en la corresponsabilidad, confianza, intereses comunes y creación de valor compartido

Política de Seguridad de la Información Institucional.

1. Confidencialidad: Protección de información sensible contra divulgación no autorizada;
2. Integridad: Protección de la precisión y validez de la información contra modificación no autorizada;
3. Disponibilidad: Capacidad de tener acceso a la información y de utilizarla cuando se requiera.

4.1.3.- Objetivo Corporativo

Desarrollar un Modelo de social y ambiental responsable que contribuya al cumplimiento de todas las actividades de producción de bienes y servicios de la empresa Santa Elena EP.

4.1.4.- Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos de la empresa pública Santa Elena EP, que aparecen en la Tabla 4.1 se formulan a partir del diagnóstico y caracterización realizado con los Indicadores Ethos, esta metodología coincide con diversos autores que han realizado investigaciones similares en el Ecuador (Burneo Gajardo, 2017; Castro Eras, 2018; Collahuazo Paladines, 2017; Molina Cabrera, 2017; Ochoa Moreno, 2017).

Tabla 4.1. Objetivos estratégicos de la empresa pública Santa Elena EP.

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Tareas estratégicas	Tiempo de ejecución
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	Indicador 1: Compromisos Éticos	Garantizar que los valores y principios se incorporen a los procedimientos de trabajo y las actitudes de las personas.	• Reelaborar el código de conducta de la organización.	6 meses
			• Revisar periódicamente el código de conducta de la organización.	Anualmente
			• Incrementar la participación de empleados y el resto de las partes interesadas en las revisiones y auditorías.	Permanente
	Indicador 2: Arraigo a la Cultura Organizativa	Monitorear la adopción de valores institucionales.	• Verificar que el público interno y los aliados externos se sientan estimulados a adoptar los valores de la institución.	Cada año
	Indicador 3: Relaciones con la Competencia	Ejercer liderazgo en su sector en la búsqueda de competencias más elevadas.	• Asumir el compromiso público de combate a la competencia desleal.	Permanente
			• Combatir prácticas desleales de comercio, fraude en las licitaciones y espionaje empresarial.	Permanente
Público interno	Indicador 4: Gestión Participativa	Involucrar a los empleados en los comités de gestión de la empresa.	• Poner a disposición de los empleados información económico-financiera	Permanente
			• Analizar con los empleados la información económica-financiera.	Permanente
			• Incorporar representantes de los empleados en los comités de gestión.	Permanente

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Tareas estratégicas	Tiempo de ejecución
	Indicador 5: Valor de la Diversidad	Combatir todas las formas de discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar normas para identificar y denunciar prácticas discriminatorias. 	Permanente
	Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial.		<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar iguales oportunidades para todas etnias en procesos de admisión, promoción y movilidad interna. 	Permanente
	Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	Ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener programas de desarrollo profesional, <i>coaching</i> y/o <i>mentoring</i> específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos. 	Permanente
	Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	Asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar campañas de concienciación relacionadas con la excelencia en la salud. 	Permanente
			<ul style="list-style-type: none"> • Definir metas e indicadores de desempeño relacionados con las condiciones de trabajo, salud y seguridad. 	Permanente
Medio Ambiente	Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental	Promover políticas de prevención y mitigación de impactos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear comité responsable del medio ambiente. 	Seis meses
			<ul style="list-style-type: none"> • Incluir en la planificación estratégica las cuestiones ambientales. 	Un año
	Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental	Contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar sistemáticamente actividades de educación ambiental dirigidas al público interno. 	Trimestral

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Tareas estratégicas	Tiempo de ejecución
			<ul style="list-style-type: none"> • Participar o apoyar proyectos de capacitación en temas ambientales. 	Una vez al año
	Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	Prevenir daños ambientales provocados por los proyectos y actividades en que participe.	<ul style="list-style-type: none"> • Definir las políticas ambientales de la empresa. 	Tres meses
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar aspectos e impactos ambientales provocados por proyectos y actividades. 			Permanente	
<ul style="list-style-type: none"> • Reducir el consumo de recursos y reutilizar los residuos. 			Permanente	
Proveedores	Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Regular las relaciones con los proveedores sobre la base de la responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Definir explícitamente criterios de responsabilidad social para la selección y evaluación de proveedores. 	Tres meses
Consumidores y Clientes	Indicador 13: Política de Comunicación Comercial	Crear una imagen de credibilidad y confianza sobre la base de su política de comunicación comercial.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas con todos los grupos de interés con el propósito de fomentar una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación. 	Permanente
	Indicador 14: Excelencia de la Atención	Promover la mejora continua en la atención a todos los grupos relacionados con el accionar de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Resolver las demandas de clientes con rapidez. 	Permanente
			<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar procedimientos para identificar las causas de los problemas y perfeccionar la calidad de productos y servicios. 	Tres meses

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Tareas estratégicas	Tiempo de ejecución
	Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Evitar los daños potenciales que podrían causar sus productos o servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Perfeccionar de manera continua sus productos y servicios, con el propósito de evitar riesgos a la salud y la seguridad de los clientes. 	Permanente
Comunidad	Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales	Establecer alianzas con entidades y organizaciones locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar proyectos de conjunto con entidades y organizaciones locales. 	Permanente
	Indicador 17: Involucración con la Acción Social		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar políticas para fortalecer proyectos sociales a partir de sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales. 	Permanente
Gobierno y Sociedad	Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima	Erradicar prácticas ilegales, inmorales y antiéticas en todos sus procedimientos.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer normas para el combate a la corrupción y a la coima. 	Permanente
	Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Contribuir en la realización de proyectos ejecutados por entidades gubernamentales.	<ul style="list-style-type: none"> • Participa con recursos humanos y técnicos en proyectos específicos y locales ejecutados por entidades gubernamentales. 	Permanente

Fuente: Elaboración propia.

Todos los objetivos estratégicos definidos en la Tabla 3.26, así como las tareas definidas en cada uno de ellos tienen el propósito de lograr que la empresa pública Santa Elena EP en el mediano plazo se encuentra en la Etapa 4 de las Cuestiones de Profundidad y mejore sustancialmente su accionar respecto a la responsabilidad social y ambiental.

4.2.- Organización

En la Figura 4.2 se muestra el organigrama de la empresa pública Santa Elena EP, cuya máxima autoridad está representada por un Directorio.

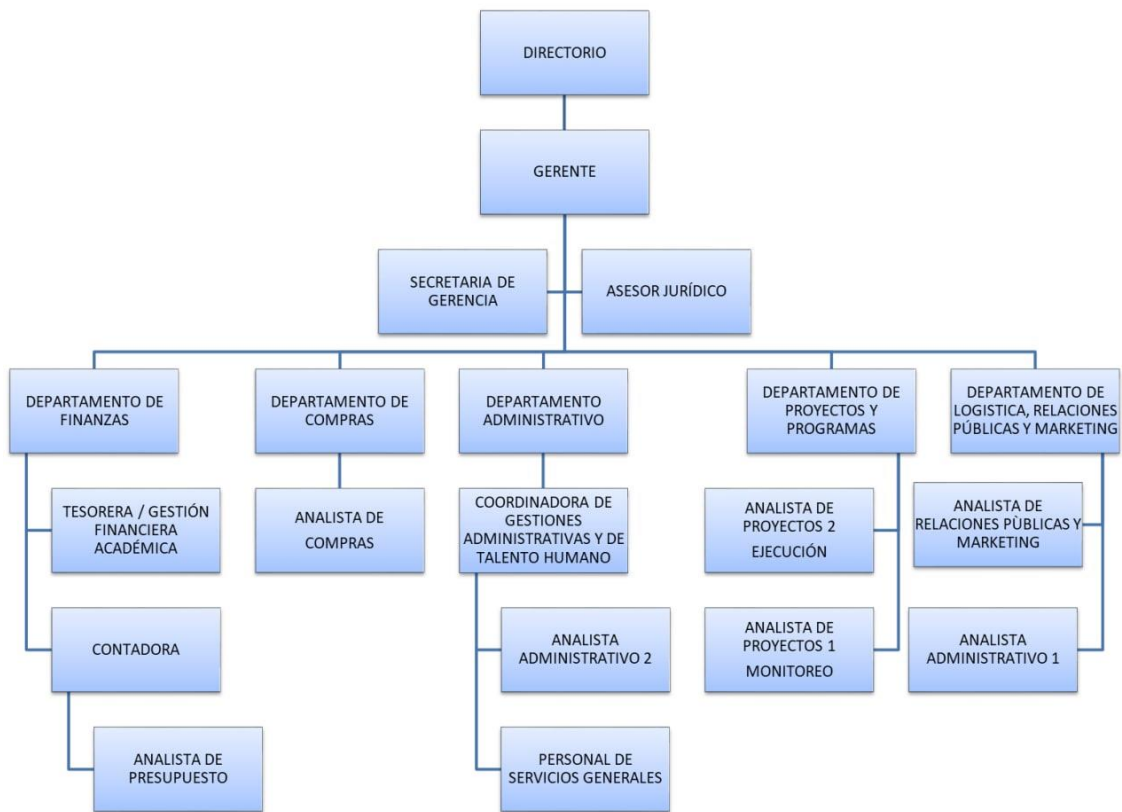


Figura 4.2. Organigrama de la empresa pública Santa Elena EP.

Principales funciones por niveles jerárquicos

Las funciones que se mencionan a continuación son tomadas del Estatuto de la empresa pública Santa Elena EP (Directorio de Santa Elena EP, 2018):

Directorio: Establecer las políticas y metas. Aprobar el Plan Estratégico. Aprobar el Presupuesto General de la Empresa. Autorizar la contratación de los créditos o líneas de crédito. Nombrar al Gerente General de la Empresa a partir de una terna propuesta por su presidente.

Gerente General: representa legal, judicial y extrajudicialmente a la Empresa. Es el responsable de la gestión empresarial, administrativa, económica, financiera, comercial, técnica y operativa.

Jefe Financiero: vela por el correcto uso del Presupuesto General. Controla las cuentas de la Empresa. Entre otras tiene las siguientes funciones:

- Custodio y control de valores fiduciarias, garantías y pólizas.
- Elaboración y presentación de flujo de caja diario, ingresos y egresos a la gerencia general.
- Revisión de nómina y planillas de sueldos.
- Firma y control previo de comprobantes de pago.
- Custodio de clave del sistema central de pagos.
- Control del proceso administrativo y planteamiento de propuestas.
- Redacción de oficios, actas y demás documentación específica de la unidad.
- Supervisión y control de la administración de los recursos de la unidad.

Director de Compras Públicas: controla el plan anual de compras de bienes y el pago de servicios, a partir de la preparación de contratos. Sus principales funciones son:

- Elaboración de pliegos de los procesos precontractuales acorde a lo dispuesto en la ley.
- Elaborar, coordinar y controlar el plan anual de contratación pública y el presupuesto institucional.
- Elaborar actas y demás documentos requeridos en el proceso precontractual.
- Elaborar cuadros comparativos, estudios de mercado y demás documentación preparatoria.
- Manejo de documentación física y digital durante las etapas precontractuales y contractuales.
- Elevar procesos de contratación en el portal de compras públicas.
- Revisión, control y seguimiento de plazos y demás actividades que demande cada uno de los procesos.
- Manejo del sistema USHAY.
- Manejo del portal institucional como entidad contratante.
- Administración de usuarios del portal de compras públicas.

Coordinadora de gestiones administrativas y de talento humano: Tiene las siguientes funciones fundamentales las siguientes:

- Generar información para la toma de decisiones de la jefatura, en materia administrativa.
- Administrar los recursos económicos y materiales de la dependencia.
- Generar y controlar el orden cronológico de los oficios.
- Elaborar oficios, memorandos y demás documentación específica de la unidad.
- Recibir documentación correspondiente a las actividades administrativas de la empresa.
- Seguimiento de los diferentes requerimientos.
- Coordinar las gestiones que se desarrollen en el área administrativa y financiera.
- Dirigir las actividades de las unidades de menor jerarquía de su competencia.
- Velar por la buena administración de los recursos de la unidad.
- Mantener el orden del equipo y sitio de trabajo.
- Manejo de la nómina e información para el rol.

Director de Proyectos: se encarga del desarrollo técnico de los proyectos de la Empresa. Garantiza el cumplimiento de los términos de referencia de cada proyecto con eficiencia y eficacia, entre otras tiene las siguientes funciones:

- Gestionar, aprobar y participar en el cumplimiento de gestión de calidad, ambiental, seguridad y salud en los proyectos a su cargo.
- Coordinar el desarrollo de las labores técnicas y administrativas del proyecto
- Controlar el presupuesto asignado.
- Revisar los procedimientos para el control de los sistemas de gestión de la organización.
- Revisar y aprobar la programación de proyectos.
- Presentar informes requeridos para aprobaciones específicas de los proyectos.
- Participar en la selección de contratistas y personal a su cargo.
- Presentar periódicamente informes de gestión de su proceso.
- Registrar e implementar acciones correctivas y preventivas como parte del seguimiento de su proceso.

Coordinador de logística, relaciones públicas y marketing: tiene como principales funciones las siguientes:

- Preparar el material publicitario de los eventos de la institución
- Desarrollar estrategias de comunicación.
- Dar cobertura a eventos y difundir resúmenes de estos en los medios institucionales.
- Realizar la difusión de la imagen de la institución a la que representa en el ámbito externo.
- Coordinar con unidades administrativas y académicas, la divulgación y publicación en los medios de comunicación social, los diferentes eventos.
- Participar en reuniones de coordinación en la unidad que organiza la actividad.
- Dar seguimiento a las actividades emprendidas de los diferentes eventos.
- Elaborar el material publicitario en relación con la publicidad de la institución.
- Coordinar y gestionar con el departamento correspondiente la compra y distribución de materiales publicitarios que se requieren para el evento.

4.3.- Dirección y Ejecución

4.3.1.- Decisiones para el cumplimiento de los Objetivos Estratégicos

Se reelaborará el código de conducta con el propósito de cumplir los compromisos éticos de la Empresa de manera que los valores y principios sean parte de la accionar del público interno, además realizarán revisiones periódicas del mismo con la participación de los empleados y las partes interesadas. El seguimiento a la adopción de valores institucionales tanto del público interno como de los aliados externos será una actividad que contribuya al arraigo de la Cultura Organizativa de la Empresa Pública Santa Elena EP. Se ejercerá el liderazgo en el sector con el compromiso de combatir la competencia desleal.

Una acción prioritaria será implicar al público interno en la gestión de la empresa, para ello se pondrá a disposición de los empleados la información económica-financiera.

Difundir el compromiso con el combate de todas las formas de discriminación, ampliando las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral.

Se creará un comité responsable de las acciones vinculadas al medio ambiente, con el propósito de prevenir y mitigar los impactos ambientales, a través de la concienciación de la población sobre los problemas ambientales. Las políticas ambientales de la empresa estarán encaminadas a la prevención de los daños ambientales provocados por sus proyectos.

La empresa establecerá normas que contribuyan a erradicar prácticas ilegales, inmorales y antiéticas en todos los proyectos y procedimientos ejecutados en entidades gubernamentales.

4.3.2.- Decisiones para el cumplimiento de las Políticas Empresariales

Las Políticas Empresariales contribuirán a mejorar el proceso de toma de decisiones y con ello a que la Empresa Pública Santa Elena EP transite a etapas superiores de la Responsabilidad Social y Ambiental.

Las políticas definidas orientan al Directorio de la empresa respecto a su responsabilidad tanto con el público interno, como con los grupos de interés (proveedores, consumidores, clientes y comunidad) para ejecutar las estrategias que conlleven al mejoramiento de los procesos hasta convertir a Santa Elena EP en una Empresa Socialmente Responsable por su contribución al entorno social, económico y ambiental.

4.3.3.- Compromisos entre la Empresa Santa Elena EP y los grupos de interés

Se definirán los criterios relacionados con la responsabilidad social para la selección y evaluación de proveedores, con el fin de regularizar las relaciones con este grupo de interés.

La empresa creará una imagen de credibilidad y confianza entre los consumidores y clientes, en función de su política de comunicación comercial, promoviendo la mejora continua en la atención a todos los grupos de interés. Se evitarán los daños potenciales que podrían causar los servicios que presta la empresa.

4.4.- Control

En la Tabla 4.2 se presentan los indicadores que se proponen para controlar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y las actividades que conducirán a la empresa pública Santa Elena EP a mejorar su accionar respecto a la responsabilidad social y su gestión ambiental.

Tabla 4.2. Indicadores del cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Indicadores de medición	Fuente de verificación
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	Indicador 1: Compromisos Éticos	Garantizar que los valores y principios se incorporen a los procedimientos de trabajo y las actitudes de las personas.	<ul style="list-style-type: none"> • Código de conducta de la organización elaborado en los primeros seis meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento que reposa en la Gerencia de la Empresa. • Documento socializado con público interno.
			<ul style="list-style-type: none"> • Actualización del código de conducta de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actas de reuniones y resoluciones con las actualizaciones realizadas.
			<ul style="list-style-type: none"> • Número de sugerencias de los empleados y otras partes interesadas en las revisiones y auditorías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actas de reuniones donde consten las sugerencias propuestas y admitidas.
	Indicador 2: Arraigo a la Cultura Organizativa	Monitorear la adopción de valores institucionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta sobre el nivel de satisfacción y clima laboral que incluya los valores de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe de resultados de la encuesta.
	Indicador 3: Relaciones con la Competencia	Ejercer liderazgo en su sector en la búsqueda de competencias más elevados.	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de la empresa explícitamente declaran su compromiso público de combate a la competencia desleal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos de la empresa con su compromiso de combate a la competencia desleal.
			<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de la empresa explícitamente declaran su compromiso público de combatir prácticas desleales de comercio, 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos de la empresa con su compromiso de combate a la competencia desleal.

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Indicadores de medición	Fuente de verificación
			fraude en las licitaciones y espionaje empresarial.	
Público interno	Indicador 4: Gestión Participativa	Involucrar a los empleados en los comités de gestión de la empresa.	• Socialización a los empleados informaciones económico-financieras	• Actas de reuniones de socialización.
			• Reuniones para el análisis de la información económica-financiera.	• Actas de reuniones de análisis. • Número de aportes de los empleados.
			• Representantes de los empleados incorporados en los comités de gestión.	• Participación de los representantes en reuniones de los comités de gestión.
	Indicador 5: Valor de la Diversidad	Combatir todas las formas de discriminación.	• Normas para identificar y denunciar prácticas discriminatorias elaboradas.	• Documento que reposa en la Gerencia de la Empresa. • Documento socializado con público interno.
Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial.	• Cantidad de personas de diferentes etnias en procesos de admisión, promoción y movilidad interna.		• Documentación en oficina de Talento humano.	
Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género	Ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral.	• Cursos de capacitación a mujeres para el desarrollo profesional, <i>coaching</i> y/o <i>mentoring</i> .	• Cantidad de cursos desarrollados. • Número de mujeres capacitadas.	

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Indicadores de medición	Fuente de verificación
	Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	Asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico sobre Niveles de satisfacción respecto a condiciones de trabajo, salud y seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe de resultados del diagnóstico.
			<ul style="list-style-type: none"> • Plan de acción con metas relacionadas con condiciones de trabajo, salud y seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento del Plan de acción.
Medio Ambiente	Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental	Promover políticas de prevención y mitigación de impactos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Comité responsable del medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actas de constitución y de actividades realizadas por el Comité.
			<ul style="list-style-type: none"> • Políticas ambientales incluidas en la planificación estratégica de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de la planificación estratégica. • Buenas prácticas ambientales de la entidad.
	Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental	Contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres, seminarios, cursos desarrollados con la temática de educación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos de respaldo cada actividad. • Buenas prácticas ambientales de la entidad.
			<ul style="list-style-type: none"> • Participar o apoyar proyectos de capacitación en temas ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de proyectos en que se ha participado.
	Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	Prevenir daños ambientales provocados por los proyectos y actividades en que participe.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del impacto ambiental de los proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria descriptiva de la evaluación de impacto ambiental.

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Indicadores de medición	Fuente de verificación
			<ul style="list-style-type: none"> Consumo de recursos disminuido e incremento de residuos reutilizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Estadísticas de consumo de recursos y reutilización de residuos.
Proveedores	Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Regular las relaciones con los proveedores sobre la base de la responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> Criterios de responsabilidad social para la selección y evaluación de proveedores son identificados y socializados. 	<ul style="list-style-type: none"> Documento con criterios de selección y evaluación de proveedores.
Consumidores y Clientes	Indicador 13: Política de Comunicación Comercial	Crear una imagen de credibilidad y confianza sobre la base de su política de comunicación comercial.	<ul style="list-style-type: none"> Cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación establecida a partir de alianzas con todos los grupos de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de alianzas establecidas que fomentan la responsabilidad y transparencia en la comunicación.
	Indicador 14: Excelencia de la Atención	Promover la mejora continua en la atención a todos los grupos relacionados con el accionar de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de satisfacción de clientes sobre la solución de sus demandas. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de demandas resueltas. Informe de satisfacción de los clientes.
			<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de las causas de los problemas relacionados con la calidad de productos y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de satisfacción de los clientes.
Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Evitar los daños potenciales que podrían causar sus productos o servicios.	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de la normativa respecto a los riesgos de salud y seguridad de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de regulaciones de salud y seguridad de clientes que se cumplen. 	

Temas	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos	Indicadores de medición	Fuente de verificación
Comunidad	Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales	Establecer alianzas con entidades y organizaciones locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de conjunto con entidades y organizaciones locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de proyectos con entidades y organizaciones locales en que se participa.
	Indicador 17: Involucración con la Acción Social		<ul style="list-style-type: none"> • Políticas que fortalecen proyectos sociales a partir de sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento donde se definen las políticas.
Gobierno y Sociedad	Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima	Erradicar prácticas ilegales, inmorales y antiéticas en todos sus procedimientos.	<ul style="list-style-type: none"> • Normas para el combate a la corrupción y a la coima implementadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de normas implementadas.
	Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Contribuir en la realización de proyectos ejecutados por entidades gubernamentales.	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos y técnicos dedicados a proyectos específicos y locales ejecutados por entidades gubernamentales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas sobre los recursos con que se participa en cada proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Los indicadores Ethos identificados para caracterizar las condiciones de la empresa pública Santa Elena EP fueron clasificados por los expertos como Muy Pertinentes.
2. El instrumento empleado para la caracterización de la empresa se considera Aceptable, según el Coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo valor es de 0.79.
3. La empresa pública Santa Elena EP se encuentra en las Etapas 1 y 2 en la mayoría de los indicadores evaluados, esto la clasificaría como una empresa con Responsabilidad Social incipiente.
4. Respecto a la responsabilidad social de la Empresa es menester destacar: la no existencia de competencia desleal; el rechazo a comportamientos discriminatorios y promoción de la igualdad de oportunidades; el aseguramiento de las buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad; el hecho de que ninguna pieza publicitaria haya sido reclamada por clientes u organizaciones de la sociedad civil.
5. El Tema 3 referido al Medio Ambiente es el que menos desarrollo tiene en la Empresa. Su el Coeficiente Alfa de Cronbach es Inaceptable y en sus tres indicadores los encuestados plantearon que “Nunca hemos tratado ese asunto antes”.
6. El modelo que se propone contribuirá al mejoramiento de la responsabilidad social y ambiental de la empresa pública Santa Elena EP.
7. Los objetivos estratégicos formulados trazan las pautas a seguir por el Directorio de la Empresa para el trabajo futuro en función de la caracterización de las condiciones de la Empresa en el año 2020.

Recomendaciones

A partir del análisis de los resultados de esta investigación se recomienda:

1. Socializar con el Directorio de la empresa pública Santa Elena EP y con su público interno los resultados de esta investigación.
2. Crear un Comité o Consejo responsable de las cuestiones éticas.
3. Mejorar los canales de difusión de sus valores y principios.
4. Realizar campañas de concientización y educación en temas ambientales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquino Linares, N., Carmona Falder, S., Moreno-Sueskun, I., Díaz González, J. A., López-Jacob, M. J., Aquino Linares, N., Carmona Falder, S., Moreno-Sueskun, I., Díaz González, J. A., & López-Jacob, M. J. (2020). Adaptación transcultural y validación del cuestionario de cultura preventiva Organizational Performance Metric. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 23(4), 415-429.
<https://doi.org/10.12961/aprl.2020.23.04.02>
- Bacigalupo, L. (2006). *Una aproximación desde los conceptos de Sociedad Civil y Responsabilidad Social Universitaria* (Universidad y Desarrollo Regional. Santiago: Consorcio de Universidades).
- Balmaseda Espinosa, C. (2011). La tierra: Suprema mercancía. Su acaparamiento como forma emergente de someter ante el mercado y el capital. En *Pensar a Contracorriente* (VIII Edición, pp. 59-91). Editorial Ciencias Sociales.
- Balmaseda-Espinosa, C. E. (2013). *Acaparamiento de agua: Hidrocolonialismo y suicidio socio-ambiental | Biodiversidad en América Latina*.
http://www.biodiversidadla.org/Documentos/Acaparamiento_de_agua_hidrocolonialismo_y_suicidio_socio-ambiental
- Bertolazzi, M., Barcellos, P., & Borella, M. (2011). O clima ético das organizações e a temática do meio ambiente. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 10(3), 2-13.
- Burneo Gajardo, D. T. (2017). *Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes del Ecuador, año 2017. Caso de estudio: Ediloja Cía. Ltda.* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Canil, K., Moura, R. B., Sulaiman, S. N., Torres, P. H. C., Abreu Netto, A. L., & Jacobi, P. R. (2021). VULNERABILIDADES, RISCOS E JUSTIÇA AMBIENTAL

EM ESCALA MACRO METROPOLITANA. *Mercator (Fortaleza)*, 20.

<https://doi.org/10.4215/rm2021.e20003>

- Carnevale, C., Mazzuca, M., & Venturini, S. (2012). Corporate Social Reporting in European Banks: The Effects on a Firm's Market Value: The Effects of Social Reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), 159-177. <https://doi.org/10.1002/csr.262>
- Caro Bernal, N. (2020). Sentipensar los parques. Modelo de gestión de involucramiento comunal con enfoque participativo. *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, 18(2), 113-123. <https://doi.org/10.29043/liminar.v18i2.761>
- Castro Eras, A. B. (2018). *Diseño de un modelo de gestión socialmente responsable: Caso de estudio Pyme Electritelecom* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Castro Vivanco, M. F. (2018). *Gestión de la Responsabilidad Social en las pymes del Ecuador, año 2017. Caso de estudio empresa Placacentro Masisa Machala*. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Chaves-Barboza, E., & Rodríguez-Miranda, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Revista Ensayos Pedagógicos*, 13(1), 71. <https://doi.org/10.15359/rep.13-1.4>
- Collahuazo Paladines, S. N. (2017). *Gestión de la Responsabilidad Social en las Pymes del Ecuador, año 2017: Caso de Estudio Cooperativa de ahorro y crédito Padre Julián Lorente* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- de Cardoso Oliveira Neto, G., Godinho Filho, M., Ganga, G. M. D., Naas, I. A., & Vendrametto, O. (2015). Princípios e ferramentas da produção mais limpa: Um

- estudo exploratório em empresas brasileiras. *Gestão & Produção*, 22(2), 326-344. <https://doi.org/10.1590/0104-530X1468-14>
- De la Cruz Villegas, V., & Gordillo Fuentes, E. J. (2020). Validación de entrevistas por juicio de expertos en el estudio de la inclusión educativa en el área de lenguas extranjeras. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.710>
- Directorio de Santa Elena EP. (2017). *Plan Estratégico Empresarial 2018-2021*. Empresa Pública UPSE.
- Directorio de Santa Elena EP. (2018). *Estatuto Orgánico funcional de la Empresa Pública de obras, bienes y servicios Santa elena EP*. Empresa Pública UPSE.
- Direito, D. do C., & Koga, N. M. (2020). Instrumentos e integração de políticas públicas: A rede do Cadastro Único. *Revista de Administração Pública*, 54(5), 1286-1306. <https://doi.org/10.1590/0034-761220190092>
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a Relational Sociology. *American Journal of Sociology*, 103(2), 281-317. <https://doi.org/10.1086/231209>
- GIR. (2010). *Acuerdo internacional para la sostenibilidad*. Cumbre de organizaciones líderes, sobre sostenibilidad empresarial, Santiago de Chile.
- González, A., Romero, M., & Calderón, C. (2021). Una aproximación a la producción bajo un enfoque sustentable: Caso pequeñas y medianas empresas de Cundinamarca. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 13(1), 65-79. <https://doi.org/10.22335/rlct.v13i1.1286>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4a edición). McGraw-Hill Interamericana. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4721683>

- Hurtado de Mendoza Fernández, S. (2007). *Criterio de expertos. Su procesamiento a través del Método Delphy*. HISTODIDÁCTICA.
http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy&catid=11:metodologia-y-epistemologia&Itemid=103
- INEC. (2020). *Encuesta Estructural Empresarial, 2018. Estadísticas de las empresas* (Boletín técnico N°-01-2020-MA-ENESEM; p. 17). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Ethos. (2010). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*.
<https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/111.pdf>
- Jaramillo Arango, M., Ríos Restrepo, W. A., & Correa-Mejía, D. A. (2020). Incidencia de factores ambientales y sociales en la generación de valor: Evidencia desde las empresas MILA. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 28(2), 49-65.
<https://doi.org/10.18359/rfce.4033>
- Kılıç, M., & Kuzey, C. (2018). Assessing current company reports according to the IIRC integrated reporting framework. *Meditari Accountancy Research*, 26(2), 305-333. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-04-2017-0138>
- Knoke, D., & Yang, S. (2008). *Análisis de redes sociales*. Sage Publications.
- Malavé González, E. E., & Fernández Ronquillo, M. A. (2019). Gestión ambiental de las empresas públicas y privadas en la ciudad de Guayaquil-Ecuador y su incidencia en el desarrollo sostenible. *Sinergías educativas*, 4(1), 1-18.
- Martínez Valdés, M. G., & Juárez Hernández, L. G. (2020). Análisis de validez de constructo y confiabilidad de un instrumento para evaluar la formación en sostenibilidad en educación superior. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8(22). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.70323>

- Mendizábal Bermúdez, G. (2013). Análisis de la responsabilidad empresarial en México de frente a los trabajadores. *Revista latinoamericana de derecho social*, 16, 123-145.
- Molina Cabrera, D. E. (2017). *Gestión de la responsabilidad social en la pymes Hormi Center Cia. Ltda. Del cantón Azogues para el año 2017* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Monroy, A. (2018, septiembre 2). Las empresas buscan un papel más solidario. *El Telégrafo - Noticias del Ecuador y del mundo*.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/responsabilidad-social-empresas-ecuador>
- Ochoa Moreno, M. A. (2017). *Gestión de la Responsabilidad Social en las Pymes del Ecuador; Año 2017. Cado de Estudio: Banco de Loja S.A.* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica Particular de Loja.
- ONU. (1997a). *Informe Brundtland, "Cumbre para la Tierra + 5. Documento de antecedentes"*. Organización de Naciones Unidas. www.un.org
- ONU. (1997b). *Cumbre para la Tierra + 5. Documento de antecedentes*. Organización de Naciones Unidas, New York.
- Reyes H., I., Cruzata Q., Y., Vidal B., M. F., Bermúdez C., I. B., Nambatya, W., Perrand R., M. V., & Dutok S., C. M. (2013). Evaluación de un procedimiento para brindar seguimiento farmacoterapéutico a pacientes hospitalizados. *Revista mexicana de ciencias farmacéuticas*, 44(1), 66-78.
- Rincón Quintero, Y., Montoya Álvarez, D., & Vélez Patiño, P. (2018). Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. *Retos*, 8(16), 79-94. <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.06>

- Rubio Aguilar, V. (2020). Responsabilidad social, más allá del pregrado: Consideraciones para la formación ciudadana y la gestión estratégica. *Sophia Austral*, 26, 437-462. <https://doi.org/10.4067/S0719-56052020000200437>
- Sanchez, V., & Guiza, B. (1989). *Glosario de términos sobre medio ambiente—UNESCO Biblioteca Digital*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000085533>
- Sandoval Caraveo, M. del C., Surdez Pérez, E. G., & Pérez Sandoval, A. G. (2020). Nivel de la capacidad para el emprendimiento en estudiantes de ingeniería y arquitectura de una universidad pública del sureste de México. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21).
<https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.757>
- Santos, J. de O. (2015). EXISTING RELATIONS BETWEEN ENVIRONMENTAL FRAGILITY AND SOCIAL VULNERABILITY IN SUSCEPTIBILITY TO RISK. *Mercator*, 14(02), 75-90. <https://doi.org/10.4215/RM2015.1402.0005>
- Sapién Aguilar, A. L., Piñón Howlet, L. C., & Gutiérrez Diez, M. del C. (2016). Corporate social responsibility in Chihuahuenses companies that obtained the ESR 2013 Award. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 16(30), 223-232.
- Swarup, K. M. (2005). Corporate Social Responsibility. Present practices and future possibilities. *Indian Journal of Industrial Relations*, 40(4), 547-557.
- Tabares Quiroz, J., Correa Vélez, S., & Herrera Caballero, J. M. (2021). Metamorfosis organizacionales del cambio tecnológico: Integración de Sistemas Informáticos en una organización de salud colombiana. *Innovar*, 31(79), 93-106.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n79.91894>

Villa Castaño, L. E., & Herrera Romero, W. R. (2020). Estándares internacionales de rendición de cuentas social: Entre la justificación y el apresamiento directivo. *Innovar*, 30(75), 135-150. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n75.83262>

Anexos

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Tipo	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Gestión ambiental responsable	Independiente	Una gestión ambiental responsable es un grupo de acciones encaminadas a lograr los objetivos de una organización en cuanto a su compromiso con el medio ambiente y las comunidades su área de influencia.	Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • Compromisos éticos. • Arraigo a la Cultura Organizativa. • Relaciones con la competencia. 	Análisis documental. Entrevistas. Encuestas.
			Público interno	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión participativa. • Valor de la Diversidad. • Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial. • Compromiso con la Equidad de Género. • Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales. 	
			Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental. • Educación y Concienciación Ambiental. • Minimización de Entradas y Salidas de Materiales. 	
			Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Criterios de selección y evaluación de proveedores. 	
			Consumidores y clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Política de comunicación comercial. • Excelencia de la atención. • Conocimiento y administración de los daños potenciales de los productos y servicios. 	
			Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con organizaciones locales. • Involucración con la acción social. 	
			Gobierno y Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas anticorrupción y anticoima. • Participación en Proyectos sociales gubernamentales. 	

Responsabilidad social de la empresa pública Santa Elena EP	Dependiente	Una Empresa Socialmente Responsable (ESR) es aquella que fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio y que inciden positivamente en las personas, el medio ambiente y las comunidades en que operan, más allá de sus obligaciones.	Participación	<ul style="list-style-type: none"> • Misión. • Visión. 	Análisis documental. Entrevistas. Encuestas.
			Social	<ul style="list-style-type: none"> • Participación. • Comunicación. 	
			Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas ambientales. • Normativa ambiental. • Cultura ambiental. 	

Variable	Tipo	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
		<p>atendiendo sus expectativas. Una ESR cumple con un conjunto de normas y principios referentes a la realidad social, económica y ambiental que se basa en valores, que le ayudan a ser más productiva</p>			

Anexo 2. Encuesta para someter a valoración de expertos la adaptación de los Indicadores Ethos

Estimada/o colega:

Los patrones de consumo en los últimos años han variado y el planeta se ha sometido a una explotación sin precedentes, donde a ese ritmo de compromiso de sus recursos, disminuirá su esperanza de vida como ecosistema, pues desde las especies, hasta los recursos naturales, están en desequilibrio por el uso excesivo e inadecuado que se ha hecho de ellos.

Las empresas no están al margen de esta situación, en sus planificaciones estratégicas, hasta hace muy poco tiempo, no consideraban los aspectos de responsabilidad social y ambiental, lo que tiene una repercusión directa en sus: insumos, consumos, valores, proveedores y clientes.

A este panorama empresarial se suma que la población mundial crece a un ritmo acelerado y ese crecimiento trae consigo el incremento del uso de los recursos naturales, muchos de los cuales son agotables o insustituibles como es el caso del agua, que aún no tiene otra sustancia que pueda suplirla en las funciones vitales que desarrollan, a partir de ella, todas las especies que habitan el planeta.

Al mismo ritmo que crece la población aumentan sus preocupaciones respecto al cuidado que se debe tener de los recursos naturales. Ese proceso de concientización provoca que, cada vez más, los usuarios o consumidores de los productos y servicios de las empresas cuestionen la manera en que éstos son obtenidos.

Gran parte de la población mundial desea conocer el origen de los productos que adquieren. Por ejemplo, en el caso de los alimentos, no solo quieren saber sus propiedades desde el punto de vista nutricional, sino también, los insumos empleados durante el proceso productivo, si este último fue de manera convencional con uso intensivo de agrotóxicos o sobre bases agroecológicas que respetan el medio ambiente.

Esa situación puede ser observada para cualquier rama de la economía. Existe preocupación sobre el proceso productivo de las empresas y si éstas respetan o no el medio ambiente. En este escenario, desde hace algunos años, se ha ido introduciendo el término “Empresas Socialmente Responsables” (ESR).

Es conocido que las empresas tienen tres funciones fundamentales en la sociedad y están reglamentadas en el derecho, según Mendizábal Bermúdez (2013), ellas son: crear riqueza, generar empleos y cubrir las necesidades de bienes y servicios. Sin embargo, las empresas socialmente responsables no solo cumplen con lo que establece la ley, sino que sienten compromisos con la sociedad, que van más allá de las normativas legales.

Las ESR desde su visión definen políticas de compromiso que, además de beneficiar su negocio, inciden de manera positiva en sus empleados, en el medio ambiente y en las comunidades en las que intervienen. Estas empresas son más productivas por su cultura organizacional, basada en estándares, valores y principios éticos.

Una herramienta utilizada para evaluar la responsabilidad social de las empresas y que al mismo tiempo contribuye a la incorporación de conceptos y compromisos con el desarrollo sostenible son los Indicadores Ethos. Estos indicadores contribuyen a: identificar prioridades, definir metas e iniciativas conjuntas entre las empresas y sus proveedores o sus clientes, a dar seguimiento a las acciones de acompañamiento hacia la sustentabilidad.

Los Indicadores Ethos se basan en un cuestionario estructurado en siete temas, que son: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; Público Interno; Medio Ambiente; Proveedores; Consumidores y Clientes; Comunidad, y Gobierno y Sociedad (Instituto Ethos, 2010). Cada tema tiene un conjunto de variables que la caracteriza, son los denominados indicadores, 40 en total.

Esta encuesta forma parte de una consulta sobre la base de la aplicación del Método de Expertos Delphi para adaptar los Indicadores Ethos a las condiciones de la empresa pública Santa Elena EP de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Con este fin solicitamos su valiosa colaboración, teniendo en cuenta que sus opiniones serán de gran valor en este trabajo de investigación para validar o rectificar nuestra propuesta, garantizando en todo el proceso la confidencialidad de sus respuestas, utilizando los datos únicamente con intenciones académico-científicas.

El paso inicial, en este importante empeño, lo constituye su autovaloración de los niveles de **información** y **argumentación** que posee sobre el tema en cuestión. Para ello, le pedimos, tenga a bien, contestar el cuestionario que aparece a continuación:

Muchas Gracias por su colaboración.

- Datos Personales.

Títulos académicos: Licenciado:____ Ingeniero:____ Otros: ____

Grado Académico: Especialista:____ MSc.:____

Grado científico: PhD: ____

Institución en que labora: _____

Años de experiencia en la profesión: ____

- Marque con una cruz (x) en la casilla que le corresponda al grado de conocimientos que usted posee acerca del tema de investigación que desarrollamos (Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP), valorándolo en una escala de 0 a 10 (considerando 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 el de pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

- Autovalore el grado de influencia que cada una de las fuentes que le presentamos a continuación ha tenido en su conocimiento y criterios sobre el tema de la presente investigación.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA FUENTE		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por usted en relación con el tema consultado			
Experiencia obtenida de su actividad práctica con relación al tema			
Estudios realizados de trabajos sobre el tema, de autores nacionales			
Estudios realizados de trabajos sobre el tema, de autores extranjeros			
Su propio conocimiento acerca del estado actual del problema			
Su intuición sobre el tema abordado			

- A continuación, le pedimos su opinión respecto a la pertinencia de temas e indicadores que se proponen para evaluar la responsabilidad social y ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, luego de un concienzudo análisis de los Indicadores Ethos.

Temas	Indicadores	Valoración				
		Muy pertinente	Pertinente	Medianamente pertinente	Poco pertinente	Nada pertinente
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	Compromisos éticos.					
	Arraigo a la Cultura Organizativa.					
	Relaciones con la competencia					
Público interno	Gestión participativa.					
	Valor de la Diversidad.					
	Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial.					
	Compromiso con la Equidad de Género.					
	Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales.					
Medio ambiente	Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental.					
	Educación y Concienciación Ambiental.					
	Minimización de Entradas y Salidas de Materiales.					
Proveedores	Criterios de selección y evaluación de proveedores.					
Consumidores y clientes	Política de comunicación comercial.					
	Excelencia de la atención.					
	Conocimiento y administración de los daños potenciales de los productos y servicios.					
Comunidad	Relaciones con organizaciones locales.					
	Involucración con la acción social.					
Gobierno y Sociedad	Prácticas anticorrupción y anticoima.					
	Participación en Proyectos sociales gubernamentales.					

- De considerarlo necesario, puede sugerir el empleo de otro de los Indicadores Ethos, lo cual sería de gran ayuda para mejorar nuestra propuesta.

Muchas gracias por su valiosa colaboración.

Anexo 3. Indicadores de Responsabilidad Social y Ambiental

Diagnóstico de la Empresa Pública Santa Elena EP

Los indicadores que aparecen a continuación constituyen una síntesis de los Indicadores Ethos, seleccionados por un grupo de expertos, para realizar la caracterización de la Empresa Pública Santa Elena EP respecto a sus prácticas de responsabilidad social y ambiental.

La responsabilidad social y ambiental de las empresas se refleja en el compromiso de las compañías con sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad que la rodea. Ese compromiso se establece a través de la relación basada en principios éticos transparentes.

Se solicita, de la manera más comedida, responder las preguntas con objetividad y sobre la base de la actuación real de la Empresa Pública Santa Elena EP.

Indicador 1: Compromisos Éticos

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos, seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa:

Etapas	Marcar
Los valores de la organización están formalizados en un documento de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.	
Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático con foco centrado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable	
La organización posee un código de conducta y tiene programa de orientación y entrenamiento dirigido a los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes /comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.	
Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de las principales partes interesadas en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		

Responda	Sí	No
1.1.- expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes interesadas.		
El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa:		
1.2.- contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad y gobierno.		
1.3.- prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y “caja B”) para obtención de ventajas comerciales.		
1.4.- son explícitos en cuanto al compromiso de ética en la gestión de las informaciones privilegiadas o de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores etc.).		
1.5.- son explícitos respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes interesadas.		
El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cubren temas como:		
1.6.- cumplimiento de las leyes y pago de tributos;		
1.7.- concusión, pagos o recibimientos cuestionables;		
1.8.- reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos;		
1.9.- conflicto de intereses;		
1.10.- donaciones;		
1.11.- corrupción activa y pasiva;		
1.12.- improbidad administrativa;		
1.13.- fraude en licitación pública;		
1.14.- límites de las actividades y contribuciones políticas;		
1.15.- relaciones con la comunidad;		
1.16.- nepotismo;		
1.17.- prevención y tratamiento de fraudes.		
La empresa:		
1.18.- posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente;		
1.19.- posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente		
1.20.- estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados		

Responda	Sí	No
1.21.- vincula expresamente la actuación de los asesoramientos jurídico y contable al código de ética/declaración de principios;		
1.22.- además de cumplir todas las legislaciones en vigor para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la empresa o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.		

Indicador 2: Arraigo en la Cultura Organizativa

Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa, seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa:

Etapas	Marcar
Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno	
Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.	
Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.	
Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
2.1.- Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación de 360° o herramientas similares.		
2.2.- Los empleados de la empresa demuestran familiaridad en su quehacer cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.		
2.3.- ¿Desarrolló la estructura organizativa procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y/o su declaración de valores?		

Indicador 3: Relaciones con la Competencia

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Respecto a las políticas de relación con la competencia u organizaciones de mismo propósito, la empresa:

Etapas	Marcar
Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple la legislación y busca un posicionamiento leal.	
Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando fuere necesario) con el público interno sobre su postura ante los concurrentes.	
Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de clase en la discusión de esos aspectos.	
Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trust y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial)	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
3.1.- Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
La empresa:		
3.2.- expone públicamente, y con frecuencia, sus principios con relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.).		
3.3.- adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.		
3.4.- La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la compañía.		
Aborda también los siguientes rubros:		
3.5.- Piratería;		
3.6.- Evasión fiscal;		
3.7.- Contrabando;		
3.8.- Adulteración de productos o marcas;		

Responda	Sí	No
3.9.- Falsificación de productos.		
La empresa:		
3.10.- ha sido denunciada los últimos tres años por práctica de competencia desleal.		
3.11.- ha sido denunciada los últimos tres años por órganos u otras organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos.		

Indicador 4: Gestión Participativa

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Respecto al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:

Etapas	Marcar
Pone a disposición informaciones sobre la compañía (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y entrena (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.	
Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.	
Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.	
Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
4.1.- Todos los integrantes de comisiones de trabajadores son electos por los mismos empleados sin interferencia de la empresa.		
4.2.- La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.		

Responda	Sí	No
4.3.- Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos.		

Indicador 5: Valor de la Diversidad

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad, la empresa:

Etapas	Marcar
Sigue rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad del entorno.	
Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias, regulando los procesos de selección, admisión y promoción y movilidad interna, orientando sobre el encaminamiento de posibles denuncias.	
Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.	
Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja por: etnia, género, personas discapacitadas, personas mayores de 45 años, entre otros segmentos y situaciones.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
5.1.- La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
Esa política contempla explícitamente:		
5.2.- la cuestión étnico-racial;		
5.3.- la cuestión de género;		
5.4.- la cuestión de edad;		
5.5.- la cuestión religiosa;		

Responda	Sí	No
5.6.- la cuestión de la orientación sexual;		
5.7.- la cuestión del origen geográfico;		
5.8.- la cuestión de la clase social;		
5.9.- la cuestión de la discapacidad;		
5.10.- la cuestión de la apariencia física		
5.11.- En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades respecto a los segmentos en desventaja, entre otras situaciones.		
5.12.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido.		
5.13.- En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, encaminamiento, análisis e investigación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación.		
5.14.- La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cuotas de plazas para ese público.		
5.15.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad.		
5.16.- La empresa ha promovido o está promoviendo las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones en vigor.		
5.17.- De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años.		
5.18.- De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados.		
5.19.- La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años.		
5.20.- La empresa ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos.		
5.21.- De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan políticas específicas para trabajadores indígenas.		

	2018	2019	2020
5.22.- Porcentaje de personas con discapacidad en la empresa.			
5.23.- Porcentaje de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			

5.24.- Porcentaje de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura.			
5.25.- Salario promedio mensual de personas con discapacidad.			
5.26.- Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			
5.27.- Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura.			
5.28.- Porcentaje de personas con edad superior a 45 años.			

Indicador 6: Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Considerando la formación de la sociedad ecuatoriana y las desventajas que caracterizan la situación de la población por motivos raciales, la empresa:

Etapas	Marcar
Sigue rigurosamente la legislación en vigor que prohíbe la discriminación racial en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todas las partes interesadas. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.	
Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación con la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, prever procesos y políticas, etc.	
Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales para negros en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.	
Además de mantener programas de desarrollo profesional, <i>coaching</i> y/o <i>mentoring</i> volcados a empleados de diversas etnias, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad con el mismo objetivo, para concienciar la sociedad sobre el tema.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
6.1.- La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa		
6.2.- Resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diverso origen étnico.		
6.3.- La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social, acceso a entrenamientos y becas de estudios.		
6.4.- La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial.		
6.5.- La empresa tiene metas para promover la equidad racial en los procesos de admisión, promoción y entrenamiento en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas.		
6.6.- La política de promoción de la equidad racial y no discriminación garantiza la participación de todos (sin distinción de raza) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.		
6.7.- La promoción de la equidad racial y no discriminación es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.		
6.8.- La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de las personas por su origen racial.		

	2018	2019	2020
6.9.- Porcentaje de afrodescendientes, indígenas, mestizos, montubios, cholos (hombres y mujeres) en relación con el total de los empleados.			
6.10.- Porcentaje de mujeres afrodescendientes, indígenas, mestizas, montubias, cholas en relación con el total de mujeres de la empresa.			
6.11.- Porcentaje de mujeres afrodescendientes, indígenas, mestizas, montubias, cholas en cargos ejecutivos en relación con el total de mujeres en cargos ejecutivos disponibles.			
6.12.- Porcentaje de mujeres afrodescendientes, indígenas, mestizas, montubias, cholas en cargos de coordinación y jefatura en relación con el total de mujeres en cargos coordinación y jefatura disponibles.			

6.13.- Porcentaje de hombres afrodescendientes, indígenas, mestizos, montubios, cholos en relación con el total de hombres de la empresa.			
6.14.- Porcentaje de hombres afrodescendientes, indígenas, mestizos, montubios, cholos en cargos ejecutivos en relación con el total de hombres en cargos ejecutivos disponibles.			
6.15.- Porcentaje de hombres afrodescendientes, indígenas, mestizos, montubios, cholos en cargos de coordinación y jefatura en relación con el total de hombres en de cargos coordinación y jefatura disponibles			
6.16.- Salario promedio mensual de mujeres blancas			
6.17.- Salario promedio mensual de mujeres afrodescendientes, indígenas, mestizas, montubias, cholos.			
6.18.- Salario promedio mensual de hombres blancos			
6.19.- Salario promedio mensual de hombres afrodescendientes, indígenas, mestizos, montubios, cholos.			

Indicador 7: Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas, la empresa:

Etapas	Marcar
Sigue rigurosamente la Constitución ecuatoriana que prohíbe la Discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todas las partes interesadas. Exige en contrato que se cumpla la legislación también por los empleados tercerizados.	
Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación con la equidad de género. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.	
Asume compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.	
Además de mantener programas de desarrollo profesional, <i>coaching</i> y/o <i>mentoring</i> específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.	

Etapas	Marcar
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
7.1.- La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
7.2.- Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.		
7.3.- La política prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.		
7.4.- La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social, acceso a entrenamientos y becas de estudios.		
7.5.- Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer.		
7.6.- El plan de salud de la empresa contempla adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer.		
7.7.- La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas.		
7.8.- La política de promoción de la equidad asegura la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.		
7.9.- La empresa promueve, cuando es necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres.		
7.10.- La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral.		
7.11.- La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.		
7.12.- Tiene en la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.		

Responda	Sí	No
7.13.- La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las seropositivas.		
7.14.- La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físico y sexuales en el sitio laboral.		
7.15.- La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable.		

	2018	2019	2020
7.16.- Porcentaje de mujeres en relación con el total de empleados.			
7.17.- Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación con el total de cargos disponibles.			
7.18.- Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación con el total de cargos disponibles.			

Indicador 8: Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, la empresa:

Etapas	Marcar
Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.	
Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.	
Además de eso, desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.	
Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
8.1.- Ha sido avalada por las normas SA8000, BS 8800, OHSAS 18001 u otra norma equivalente.		
8.2.- Ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.		
8.3.- Ofrece programa específico para portadores de HIV/SIDA.		
8.4.- Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.		
8.5.- Prevé esa política la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA.		
8.6.- Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia e investigación de hechos.		
8.7.- Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia e investigación de hechos.		
8.8.- Promueve ejercicios físicos en el horario laboral.		
8.9.- Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de <i>call center</i> , cajeros etc.)		
8.10.- Posee programa de orientación alimentaria y nutricional.		
8.11.- Posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras.		
8.12.- Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos.		

	2018	2019	2020
8.13.- Promedio de horas extras por empleado/año.			
8.14.- Promedio de accidentes laborales por empleado/año.			
8.15.- Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio.			
8.16.- Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o de prestadores de servicio, con retiro permanente del cargo (incluyendo <i>RSI – Repetitive Strain Injury</i>).			

8.17.- Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio.			
---	--	--	--

Indicador 9: Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:

Etapas	Marcar
Además de cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejora ambiental.	
Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee área o comité responsable del medio ambiente.	
Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.	
Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) llevando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
9.1.- la política ambiental es formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
9.2.- mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas.		
9.3.- participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.		
9.4.- contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados.		
9.5.- tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)		
9.6.- tiene procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejoría de la calidad ambiental.		

Indicador 10: Educación y Concienciación Ambiental

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Con el objetivo de contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:

Etapas	Marcar
Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro etc.).	
Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, colocando a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.	
Además de campañas internas, desarrolla campañas de concienciación y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.	
Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa en proyectos educativos en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
10.1.- desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía.		
10.2.- desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en las 3Rs (<i>Reducción, Reutilización y Reciclaje</i>).		
10.3.- desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente.		

Indicador 11: Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos, la empresa:

Etapas	Marcar
Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.	
Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma compañía o por terceros).	
Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.	
Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
11.1.- tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.		
11.2.- mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.		
La empresa tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:		
11.3.- el aumento de la eficiencia energética.		
11.4.- la reducción del consumo de agua.		
11.5.- la reducción de generación de residuos sólidos.		
11.6.- la reducción de emisión de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera.		

	2018	2019	2020
11.7.- Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental.			
11.8.- Porcentaje de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejoría ambiental.			
11.9.- Consumo anual de energía (en Kwh.).			

11.10.- Consumo anual de agua (en m ³)			
11.11.- Volumen promedio anual de CO ₂ y otros gases de efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas)			
11.12.- Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros etc.)			
Consumo anual de combustibles fósiles:			
11.13.- gasolina/diesel (en litros).			
11.14.- aceite combustible (en toneladas).			
11.15.- gas – GLP/GN (en m ³).			

Indicador 12: Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Para regular sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Etapas	Marcar
Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por las partes involucradas y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.	
Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.	
Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.	
Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Empleados		Proveedores	
	Sí	No	Sí	No
La empresa:				
12.1.- incluye las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.				

Responda	Empleados		Proveedores	
	Sí	No	Sí	No
12.2.- al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general.				
12.3.- adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.				
12.4.- produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva.				
12.5.- discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios.				
12.6.- establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social.				
12.7.- al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas.				
12.8.- conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente.				
12.9.- adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de robo de carga.				

	2018	2019	2020
12.10.- Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social.			
12.11.- Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores.			

12.12.- Total de proveedores.			
12.13.- Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el periodo.			

Indicador 13: Política de Comunicación Comercial

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza, la empresa:

Etapas	Marcar
Actúa rigurosamente de acuerdo con la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.	
Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.	
Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamientos de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en la sociedad, para contribuir al desarrollo sostenible.	
Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
13.1.- La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.				
La empresa:				
13.2.- actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos.				

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
13.3.- llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.).				
13.4.- tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto.				
13.5.- realiza análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.				
13.6.- tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable.				
13.7.- interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infante juvenil.				
13.8.- realiza análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.				
13.9.- ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamación de clientes, proveedores o de la competencia.				
13.10.- ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o piezas publicitarias vetadas y/o recogidas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada.				

Indicador 14: Excelencia de la Atención

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Respecto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:

Etapas	Marcar
Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, con el foco centrado en la información y en la solución de demandas individuales.	
Proporciona fácil acceso del consumidor/cliente al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus manifestaciones, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.	
Además de registrar las manifestaciones y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la	

Etapas	Marcar
utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.	
Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de las partes interesadas en el proceso.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
14.1.- La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
La empresa:		
14.2.- tiene un defensor del consumidor o función similar.		
14.3.- ofrece Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.		
14.4.- promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.		
14.5.- entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas.		
14.6.- advierte continuamente a su profesional de atención al público y áreas relacionadas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios.		
14.7.- acompaña el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa.		
14.8.- al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente.		
14.9.- tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios.		
14.10.- adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.		
14.11.- le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas.		
14.12.- le solicita al cliente tan sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias.		

Responda	Sí	No
14.13.- provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización.		
14.14.- adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa.		

	2018	2019	2020
14.15.- Ventas líquidas.			
14.16.- Total de consumidores o clientes			
14.17.- Total de llamadas recibidas por el SAC			

Indicador 15: Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios, la empresa:

Etapas	Marcar
Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.	
Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.	
Además de eso, obtiene por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente.	
Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Empleados		Clientes	
	Sí	No	Sí	No
La empresa:				
15.1.- mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.				
15.2.- posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis.				
15.3.- ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.				
15.4.- ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.				
15.5.- tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Ecuador o exportados.				
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la empresa:				
15.6.- ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado.				

	2018	2019	2020
15.7.- Total de demandas administrativas.			
15.8.- Total de demandas judiciales (civiles y criminales) recibidos.			

Indicador 16: Relaciones con Organizaciones Locales

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y equipos públicos (escuela, centros de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:

Etapas	Marcar
Conoce superficialmente sus actividades y responde de manera puntual a eventuales pedidos de apoyo.	
Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.	
Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.	

Etapas	Marcar
Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando en diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
16.1.- hace un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad.		
16.2.- realiza, en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público.		

Indicador 17: Involucración con la Acción Social

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

Como forma de concretar su acción social, la empresa:

Etapas	Marcar
Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.	
Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.	
Además de apoyo material, posee política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).	
Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, por la concreción de esos proyectos.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
17.1.- utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios.		
17.2.- divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.		
17.3.- autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.		
Respecto a la gobernanza de la acción social, la empresa:		
17.4.- posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa.		

	2018	2019	2020
17.5.- Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa).			
17.6.- Porcentaje del total destinado correspondiente a donaciones en productos y servicios			
17.7.- Porcentaje del total destinado correspondiente a donaciones en especie			
17.8.- Porcentaje del total destinado correspondiente a inversiones en proyecto social propio			
17.9.- Porcentaje del total destinado correspondiente a la publicidad			
17.10.- Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad			
17.11.- Cantidad de promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la compañía para trabajo voluntario de empleados			

Indicador 18: Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa:

Etapas	Marcar
Procura evitar situaciones que involucren favorecimiento a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y punición.	
Mantiene postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.	
Asume compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, punición y de auditoría, en caso de ocurrencia.	
Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la compañía involucrar a un número cada vez mayor de partes interesadas como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas, etc.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
18.1.- ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos.		
18.2.- prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.		
18.3.- posee política explícita de no apoyo y no participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados).		

Indicador 19: Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Seleccione la opción que se corresponda con la actuación de la Empresa.

En su involucramiento con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la empresa:

Etapas	Marcar
Contribuye tan sólo con el pago de impuestos.	

Etapas	Marcar
Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del poder público, en respuesta a solicitudes de las autoridades.	
Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.	
Participa activamente en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general, contribuyendo a su fortalecimiento.	
No consideramos su aplicación en nuestra empresa (Justifíquelo)	
Nunca hemos tratado ese asunto antes	

Información adicional

Responda	Sí	No
La empresa:		
19.1.- adopta o desarrolla alianza con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.		
19.2.- patrocina programa público o privado de beca escolar.		
19.3.- articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa.		

Muchas gracias por su valiosa colaboración.



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Agrarias

Carrera Agropecuaria

La Libertad, 14 de abril de 2021.

Señores.

DIRECCIÓN DE POSTGRADO

UPSE

Aprobación del tutor

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación “RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA PÚBLICA SANTA ELENA EP, AÑO 2020”, elaborado por el maestrante AHMED POMARES GODÍNEZ, egresado de la Maestría en Administración Pública, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magister en Administración Pública, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Balmaseda', is written over a horizontal line.

Ing. Carlos Balmaseda Espinosa, PhD.

Docente Tutor

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**



La Libertad, 14 de abril de 2021.

**CERTIFICADO ANTIPLAGIO
006-TUTOR CEBE- 2021**

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado “**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA PÚBLICA SANTA ELENA EP, AÑO 2020**”, elaborado por el maestrante **AHMED POMARES GODÍNEZ**, egresado de la Maestría en Administración Pública, 1ª Cohorte, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Grado Académico de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de evaluación, el proyecto ejecutado se encuentra con 3 % de similitud, o sea, es una valoración permitida, por consiguiente, se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,

Ing. Carlos Eloy Balmaseda Espinosa
C.I.: 0959256801
DOCENTE TUTOR

AHMED POMARES GODÍNEZ

Reporte de URKUND

The screenshot shows a web browser window displaying the URKUND interface. The browser's address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/96997981-880034-474759#/details/fulltext>. The page title is "Index - ORIGINAL View".

The interface includes a navigation bar with a back arrow and the text "VOLVER A LA VISTA GENERAL DEL ANÁLISIS". On the right, there are icons for refresh, download, and help, along with a "CONFIGURACIÓN" dropdown menu.

Below the navigation bar, the document details are displayed:

REMITENTE	ARCHIVO	SIMILITUD
ahmedpomares@gmail.com	Proyecto de Tesis Ahmed Pomares Urkund.docx	3 %

Below the details, there are three tabs: "COINCIDENCIAS", "FUENTES", and "DOCUMENTO COMPLETO". The "DOCUMENTO COMPLETO" tab is selected.

Under the "DOCUMENTO COMPLETO" tab, there is a section titled "MOSTRAR EN EL TEXTO" with three toggle switches: "Citas" (disabled), "Paréntesis" (disabled), and "Diferencias detalladas de texto" (enabled).

The main content area shows the "INTRODUCCIÓN" section of the document:

Los patrones de consumo en los últimos años han variado y el planeta se ha sometido a una explotación sin precedentes, donde a ese ritmo de compromiso de sus recursos, disminuirá su esperanza de vida como ecosistema, pues desde las especies, hasta los recursos naturales, están en desequilibrio por el uso excesivo e inadecuado que se ha hecho de ellos.

Las empresas no están al margen de esta situación, en sus planificaciones estratégicas, hasta hace muy poco tiempo, no consideraban los aspectos de responsabilidad social y ambiental. lo que tiene una repercusión directa en sus insumos, sus consumos, sus valores, proveedores y clientes.

The Windows taskbar at the bottom shows the search bar with the text "Type here to search" and the system tray with the date "14/4/2021" and time "23:35".



INSTITUTO DE POSTGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, Amhed Pomares Godinez

DECLARO QUE:

El Trabajo **del Informe de Investigación** “Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, año 2020”, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en **ADMINISTRACION PUBLICA PRIMERA COHORTE**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación.

Santa Elena, 31 de mayo de 2021

EL AUTOR

Lcdo. Amhed Pomares Godinez

CERTIFICADO DE GRAMATOLOGÍA

Quien suscribe, Lic. María Caridad Mederos Machado, MSc. informo que he revisado la documentación del Trabajo de Titulación " Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, año 2020.", del estudiante LCDO. AHMED POMARES GODÍNES, de la MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA del IPG, de la UPSE, y en consecuencia:

CERTIFICO:

Que desde el punto de vista de la sintaxis de la lengua castellana y de las normas de la redacción científica, el trabajo revisado cumple los requisitos gramatológicos necesarios y suficientes para su sustentación, como trabajo de fin de maestría.

Dado en La Libertad, a los 6 días de agosto de 2021.

Firmado:



Lic. María Caridad Mederos Machado, MSc.

Cédula No. 0959417734