



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – MENCIÓN GESTIÓN DE
LAS PYMES.

TÍTULO:

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES
DE COMPRA Y VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2021.

AUTOR:

ING. RENZO E. GUTIÉRREZ CONTRERAS

TUTOR:

ANDRÉS PADILLA GALLEGOS, MBA. MSc.

LA LIBERTAD, ECUADOR

FEBRERO DE 2022

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Renzo Enrique Gutiérrez Contreras** con cédula de identidad número 0704965490 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Renzo Enrique Gutiérrez Contreras

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Componente Práctico de Examen Complexivo, titulado, “Responsabilidad social empresarial en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena”, elaborado por el señor (a) Renzo Enrique Gutiérrez Contreras, del Programa de Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, con la modalidad de Examen Complexivo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo práctico, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Andrés Padilla Gallegos, MBA. MSc.

PROFESOR TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a Dios, a mis padres, hermanos, familiares y amigos que han creído siempre en mis capacidades de lograr lo que me propongo; también para aquellos seres queridos que lastimosamente ya no me acompañan en el plano terrenal, pero que dejaron en mí sus enseñanzas y motivación para seguir adelante.

También a mis compañeras del trabajo por el apoyo incondicional que me brindaron durante este proceso, seguramente el camino hubiera sido más difícil si no hubiera contado con sus saberes y experiencias.

Finalmente dedico este trabajo a todas las personas que se atreven a emprender con sueños y esperanzas de buscar una mejor calidad de vida, que luchan incasablemente por mantenerse en el mercado demandante de hoy en día; pero que definitivamente representan un motor en la economía local.

Gutiérrez Contreras Renzo Enrique

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme existir y gozar de salud, la misma que me ha permitido lograr todo en mi vida hasta la fecha.

A mis padres por sus consejos, paciencia, apoyo moral y económico, pero sobre todo por ese amor incondicional que me han brindado a pesar de mis caídas, porque siempre me han ayudado a alcanzar mis sueños, sacrificando un poco de los suyos; estaré en deuda eterna con ustedes. Junto con mi hermana que ha sido mi compañera desde el momento en que nací y que me ha motivado e impulsado a seguir adelante, con quien hemos compartido este proceso, y que en el camino me ha hecho descubrir nuevas cosas sobre mí.

A mis compañeras de trabajo que en momentos de colapsos me ayudaron a no derrumbarme y me apoyaron en tantas ocasiones que las necesite, gracias por compartir su sabiduría, por hacerme reír cuando quería llorar.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por la oportunidad de ser uno de sus maestrantes, y a la Facultad de Sistemas y Telecomunicaciones por la oportunidad de equilibrar mi vida laboral como la profesional, por permitirme explorar una nueva faceta en mi vida.

Finalmente agradezco a todas aquellas empresas, personas y conocidos que me ayudaron en el desarrollo de este trabajo, es fruto de su colaboración.

Gutiérrez Contreras Renzo Enrique

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



QF. Rolando Calero Mendoza, PhD.

DIRECTOR DE POSGRADO



Ing. Andrés Padilla Gallegos, MBA.

DOCENTE TUTOR



Lic. Paola Cortez Clavijo, MBA.

DOCENTE ESPECIALISTA



Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

COORDINADOR MAE.



Ab. Víctor Coronel Ortíz, Mgt.

SECRETARIO GENERAL.

Contenido

Introducción	12
Definición o Planteamiento del Problema	13
Justificación de la Investigación.....	14
Objetivo General:	15
Objetivos Específicos:.....	15
Planteamiento hipotético	15
Marco Conceptual	16
Responsabilidad Social Empresarial y Pymes	16
<i>Dimensiones de la RSE</i>	17
<i>Normas ISO 26000</i>	18
Marco Metodológico.....	19
Diseño y Alcance de la Investigación.....	19
Tipo y Métodos de Investigación	19
Población y Muestra.....	19
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	20
Procesamiento de la Evaluación: Validez y Confiabilidad de los Instrumentos Aplicados para el levantamiento de información.....	20
Análisis de Resultados	21
Estudio o Análisis de Caso.....	26
Objetivo General:	27
Objetivos Específicos:.....	27
Introducción o Fundamentación.....	27
Desarrollo o Cuerpo del Texto (análisis argumentativo 6 páginas)	28
Guía de Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES.	29
Conclusiones	40
Recomendaciones.....	40
Conclusiones.....	41
Recomendaciones	42
Referencias	43
Anexos	47

Índice de Tablas

Tabla 1. Porcentajes Respuestas Dimensión Económica, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.	21
Tabla 2. Porcentajes Respuestas Dimensión Legal, Las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada	23
Tabla 3. Porcentajes Respuestas Dimensión Ética, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.	24
Tabla 4. Porcentajes Respuestas Dimensión Discrecional, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.	25
Tabla 5. Operacionalización de las Variables.....	48
Tabla 6. Modelo de Indicadores de RSE	59

Índice de Ecuaciones

Ecuación 1. Determinación del tamaño de la muestra	19
--	----

Índice de Figuras

Figura 1. Prácticas de RSE en la Dimensión Económica.	21
Figura 2. Prácticas de RSE en la Dimensión Legal.	22
Figura 3. Prácticas de RSE en la Dimensión Ética.	23
Figura 4. Prácticas de RSE en la Dimensión Discrecional.	24
Figura 5. Beneficios de la RSE a mediano y largo plazo.....	31

Índice de Anexos

Anexo 1. Operacionalización de las Variables	48
Anexo 2. Modelo de Encuesta.....	49
Anexo 3. Maximización de beneficios	50
Anexo 4. Minimización de costos operacionales.....	50
Anexo 5. Monitoreo de la productividad.....	51
Anexo 6. Establecimiento de estrategias a largo plazo	51
Anexo 7. Cumplimiento de las leyes por parte de los gerentes/propietarios.....	52
Anexo 8. Cumplimiento de la ley regulatoria para el personal	52
Anexo 9. Fomento de la diversidad de la fuerza laboral.....	53
Anexo 10. Existencia de políticas internas como prevención de la discriminación	53
Anexo 11. Código de conducta comprensible	54
Anexo 12. Consideración de la justicia en la evaluación del empleado.....	54
Anexo 13. Existencia de un protocolo confidencial para denuncias	55
Anexo 14. Proporción de información completa a los clientes.....	55
Anexo 15. Apoyo a empleados con educación adicional.....	56
Anexo 16. Reconocimiento como una empresa de confianza.....	56
Anexo 17. Políticas Flexibles.....	57
Anexo 18. Contribuciones a organizaciones benéficas.....	57
Anexo 19. Existencia de un programa de reducción de consumo y disminución de residuos	58
Anexo 20. Fomento de asociaciones con otras empresas y escuelas.	58
Anexo 21. Modelo de Indicadores de RSE.....	59

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES DE COMPRA Y VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2021.

RESUMEN

La presente investigación busca determinar la existencia de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena considerando las siguientes dimensiones: económica, legal, ética y discrecional. Para el efecto se realizó la investigación a una población de 244 pymes que se dedican a la actividad de comercio, la cual se segmentó por cinco categorías, obteniendo una muestra del 22,13% (54 pymes) para realizar las encuestas. Estas utilizaron la metodología de escala de Likert para recopilar la información que posteriormente se analizó a través del software Microsoft Excel, obtenido resultados que indican la existencia de prácticas aplicadas por las pymes, especialmente en las dimensiones legal y económica debido a que muchas están reguladas y establecidas en las leyes del estado para su funcionamiento. Seguido por la dimensión ética que es una de las más cuestionables considerando que refleja en la cultura organizacional los valores y principios de los propietarios. Finalmente, la dimensión discrecional es la menos aplicada debido a que se confunde con donaciones y aportes económicos a la comunidad; sin embargo, no va direccionado a los problemas que pudieran causarse por el proceso productivo de la organización.

Palabras claves: RSE, pymes, materiales de construcción, comercio, ética.

ABSTRACT

This research seeks to determine the existence of Corporate Social Responsibility practices in SMEs buying and selling construction materials in the Santa Elena province, considering the following dimensions: economic, legal, ethical, and discretionary. For this purpose, the investigation was carried out on a population of 244 SMEs that are dedicated to this commercial activity, which was segmented into five categories, obtaining a sample of 22.13% (54 SMEs) to carry out the surveys. These used the Likert scale methodology to collect the information that was subsequently analyzed through Microsoft Excel software, obtaining results that indicate the existence of practices applied by SMEs, especially in the legal and economic dimensions, since many are regulated and established in the state's laws for their operation. Then comes, the ethical dimension, which is one of the most questionable considering that it reflects the values and principles of the owners in the organizational culture. Finally, the discretionary dimension is the least applied because it is confused with donations and economic contributions to the community. However, it does not address the problems that could be caused by the productive process of the organization.

Keywords: RSE, pymes, construction materials, commerce, ethics.

Introducción

En el presente debido a la constante creación de pequeñas y medianas empresas (pymes), se han catalogado como uno de los indicadores del crecimiento económico de un país, reconociendo la participación de estas en la evolución económica y social del mundo. Todas estas organizaciones buscan obtener una rentabilidad fruto de su actividad económica; sin embargo, muchas veces en la persecución de ésta se afecta al entorno en el que se desenvuelve. Es por lo que se crearon las normativas ISO 26000, cuya finalidad es la implementación de buenas prácticas de RSE que generen una relación ganas-ganar entre la empresa y la sostenibilidad del entorno (Striedinger, 2014).

Una gran parte de las organizaciones han venido aplicando la responsabilidad social con mayor o menor énfasis dentro de sus actividades empresariales; sin embargo, actualmente las normas ISO 26000, regulan esta participación haciendo que toda labor debe sujetarse a ello, si se quiere ser competitivo (Guale & Zambrano, 2018).

La ONG británica Accountability, según el estudio “Estado de la Competitividad Responsable”, ubica al Ecuador en la posición 79, en un ranking de 108 países (Vinueza Aguirre & Avalos Jaramillo, 2017). La Responsabilidad Social Empresarial no ha permeado en todo el Ecuador y existen casos de empresas líderes en la gestión de RSE, pero son casos aislados (Lozano Aguilar, Barrera Duque, García De La Torre, & Raufflet, 2012). Según un estudio desarrollado por Ceres, 8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSE. En este mismo estudio en Quito, se asocia a la RSE con acciones y compromisos de las empresas con el medio ambiente o el entorno comunitario y en Guayaquil con programas de ayuda a damnificados (Barba Bayas, 2015). En la cultura ecuatoriana se confunde el concepto de RSC como filantropía asociada al paternalismo y asistencialismo e identificado como una acción exclusiva de gente adinerada y, en el caso de las empresas, como una acción de marketing (Moya, 2010).

Definición o Planteamiento del Problema

En el contexto ecuatoriano la investigación llevada a cabo por (Torresano, 2012), afirma que cerca de la mitad de las empresas han introducido temas relacionados con RSE (51%), el 80% de ellas en la última década. Del 49% de empresas que aún no la implementan, solo el 56% de ellas sienten la necesidad de adquirir conocimientos sobre el tema.

Las pymes de la provincia enfrentan limitantes a la hora de aplicar prácticas de RSE, dentro de los principales se encuentran altos costos, desconocimiento de la temática, falta de incentivos tributarios, etc., (Cárdenas & Jiménez, 2018) Adicionalmente a esto se suma la percepción del mercado local, su poder de decisión y preferencias, que por lo general se basa en la relación costo-beneficio; desestimando a una empresa que maneja iniciativas de RSE en contraste a otra que no lo hace; fomentando en los empresarios la estigmatización de la aplicación de estas iniciativas como un riesgo a perder participación de mercado (Cabrera Leiva, 2018).

Considerando que la provincia de Santa Elena no cuenta con muchos trabajos realizados sobre esta temática, y ya que no existe un diagnóstico sobre las consecuencias de la implementación de prácticas de RSE en las pymes del sector. Este trabajo busca determinar la existencia de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena, sistematizándolo para esclarecer las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es la idea o percepción de las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena sobre la RSE?
2. ¿Existen prácticas de RSE aplicadas por las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena?
3. ¿Qué prácticas de RSE son las más convenientes para aplicar considerando el sector en el que se desarrollan las pymes?

Justificación de la Investigación

La finalidad del presente trabajo es determinar la existencia de prácticas de RSE en las pequeñas y medianas empresas de compra y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena. Para (Laínez, Núñez, & Llanos, 2016) las normas y estándares internacionales de RSE sirven como guía y ejemplo para las empresas que buscan formar parte de los negocios responsables y sostenibles.

Según (Aristimuño, Monroy, & De Naime, 2010) es de gran interés garantizar que el desempeño de las pymes genere un desarrollo económico que vaya a la par de un desarrollo sustentable y equilibrado, sin consecuencias negativas en el entorno en que están inmersas. Debido a que se les exige a las empresas que tengan conciencia sobre el impacto generado por su actividad comercial en todos los ámbitos en los que puede verse enrolada. Cabe destacar que las iniciativas de RSE se basan en la sustentabilidad y sostenibilidad, de tal manera que las acciones que se realicen hoy no comprometan la calidad de vida ni los recursos de las generaciones futuras. Las empresas a más de obtener beneficios tangibles como el dinero; logran actuaciones sostenibles y sustentables que se reflejan en una mejor imagen interna, reputación corporativa, ética empresarial, cultura organizacional y compromiso integral con el medio ambiente (Molina Galarza, 2014).

Estas políticas se han aplicado con mayor rigurosidad a las multinacionales, porque ejercen actividades comerciales alrededor del mundo. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas no se ven obligadas en la misma magnitud (Montalvo, Zambrano, & Córdova, 2019). La aplicación de RSE aportaría beneficios a largo plazo y en el Ecuador, es mínima la cantidad de las pymes que aplican RSE, y estas lo toman como parte de las actividades empresariales mas no como un plan estratégico para la mejora continua de las mismas (Ramírez, Valencia, & Pinargote, 2018). Por estas razones este trabajo apunta a generar nociones y actuar como una guía básica para las pymes de compra y venta de material de construcción de la provincia de Santa Elena implementen prácticas de RSE.

Objetivo General:

Determinar la existencia de prácticas de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos:

- Elaborar un diagnóstico sobre RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena.
- Analizar los datos obtenidos para determinar la existencia de prácticas de RSE las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena.
- Proponer prácticas de RSE para las pymes de comprar y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena.

Planteamiento hipotético

La hipótesis principal de esta investigación es identificar si las pymes de comprar y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena aplican prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Marco Conceptual

Responsabilidad Social Empresarial y Pymes

Se ha mencionado que la constitución de empresas tiene como finalidad la generación de beneficios en su mayoría económicos; sin embargo, con la concepción de la responsabilidad social empresarial ha debido integrar aspectos que le permitan una sostenibilidad en el tiempo como lo son: económico, social y ambiental.

La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (De La Cruz, Santos, & Ucín, 2007). La RSE es el rol que deben asumir las compañías a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, debe existir un equilibrio entre el bienestar social, el crecimiento económico y el aprovechamiento de los recursos naturales y del medio ambiente; sin embargo, todavía es una alternativa que cada empresa elige si cumplirla o no (Villa Herrera & Moreno Guerrero, 2015).

Las pymes en la provincia deben comenzar a implementar estrategias o iniciativas relacionadas a la parte social y ambiental, de tal manera que converjan en la sostenibilidad de la empresa en el tiempo evitando comprometer los recursos que permitieran la subsistencia de las generaciones futuras (Suárez Rosero, 2017). Mientras que (Tomalá & Lorena, 2020) indican que las cooperativas de ahorro y crédito del cantón de La Libertad conocen la importancia de implementar prácticas de RSE, como la implementación de equipos que reduzcan el impacto ambiental, financian emprendimientos, realizan conversatorios en los cuales invitan a todos los agentes involucrados en la cadena de valor, y capacitan a la ciudadanía sobre estos temas de interés.

Dimensiones de la RSE

La propuesta es de un modelo piramidal en el que se destacan cuatro tipos de responsabilidades: discrecionales, ética, legal y económica. (Carroll, 2016)

Responsabilidad Discrecional.

Para (Bueñaño Freire, 2018) la responsabilidad discrecional o filantrópica debe ser de carácter voluntario; es decir, es ajena a lo requerido por las leyes del estado. Por lo que es común que las comunidades esperen que las pymes se involucren de manera constante en eventos, programas o capacitaciones en pro del bienestar humano. Sin embargo, debido al desconocimiento que existe, estos grupos de interés lo entienden como donativos o apoyos económicos; cuando la finalidad de toda práctica de RSE es mitigar el impacto directo o indirecto que la cadena productiva de la empresa pueda generar (Porter & Kramer, 2006).

Responsabilidad Ética.

La responsabilidad ética se centra en que las empresas deben manejar sus asuntos siendo justos y objetivos incluso cuando no exista una ley que regule la situación (García & LLorente, 2009). Se presentan valores, principios y derechos humanos que la empresa debe cumplir y tener para generar reconocimiento sobre sus actividades éticamente responsables con la sociedad específicamente con la comunidad en la que se desenvuelve la organización (Bustos & Moreno, 2020).

La responsabilidad ética va encaminada a generar un empoderamiento en cada una de las personas colaboradoras de la entidad con el fin de estar ajustados a las disposiciones estratégicas de la mismas como los valores, misión y visión (Alvarez Valencia, S.F.).

Responsabilidad Legal.

La responsabilidad legal corresponde a las políticas que se generan dentro y fuera de las organizaciones con el fin de ser legalmente responsables acatando políticas y normas instauradas (Bustos & Moreno, 2020). La sociedad espera que

las empresas cumplan leyes y regulaciones definidas por los gobiernos estatales y locales como asuntos básicos bajo los cuales las empresas deben operar (Cancino Del Castillo & Morales Parragué, 2008). Estas reglas básicas incluyen normas y reglamentos y, en efecto, una de esas responsabilidades es la de cumplir todas sus obligaciones legales con las partes interesadas de la sociedad (Alvarez Valencia, S.F.).

Responsabilidad Económica.

La responsabilidad económica, hace referencia a la producción de bienes y servicios que satisfagan una necesidad, pero a un precio que es aceptado por un determinado sector de la sociedad, y que genera una ganancia para los inversores. (Alvarez Valencia, S.F.) concluye que las empresas tienen una responsabilidad económica con la sociedad, puesto que cuando las organizaciones generan valor, están generando ganancias, y esto debe motivar a los empresarios y accionistas a invertir en la sociedad que de algún modo les ha permitido en la generación de producción.

Normas ISO 26000

La ISO 26000 definen a la RSE en su ítem 2.18 responsabilidad social responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (International Organization for Standardization, 2010).

Marco Metodológico

Diseño y Alcance de la Investigación

La presente investigación es de diseño no experimental con encuesta. Busca determinar si en las pymes existen prácticas de RSE. La investigación también es de corte transversal porque se toman los datos en una sola vez en el tiempo.

Tipo y Métodos de Investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, aplicando un modelo hipotético-deductivo, considerando que se pretende probar la existencia de prácticas de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción ubicados en la provincia de Santa Elena en relación con las RSE mediante el uso de encuestas.

Población y Muestra

El presente trabajo de investigación se direcciona a las pymes de compra y venta de materiales de construcción que pertenecen a la provincia de Santa Elena. Considerando la gran variedad de productos que oferta el sector comercio, para esta investigación se calculará el tamaño muestral partiendo con las 244 pymes que se dedican a esta actividad según datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020); las cuales se dividirán en 5 segmentos: alimentos, medicinas, vestimenta, limpieza y materiales de construcción. Por lo que se tomó el 25% de la población para el cálculo de la muestra, obteniendo un resultado de 54 pymes, como se lo establece a continuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1-p)}{(N-1) * e^3 + Z^2 * p * (1-p)}$$

Ecuación 1. Determinación del tamaño de la muestra

$$n = \frac{61 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(61-1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{58,5844}{1,1104}$$

$$n = 52.76$$

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para el desarrollo de este trabajo se planificó la realización de 54 encuestas a las pymes de este sector, específicamente a los dueños o gerentes. Se tomó como guía los indicadores mencionados en el marco teórico, y se enfocó el documento para analizar las dimensiones de la responsabilidad social empresarial; la redacción de las preguntas fue acorde a la escala de Likert.

Para la elaboración del cuestionario se empleó el instrumento de escalas de medición de prácticas de RSE que analiza los parámetros económicos, legales, éticos, y discrecionales. Luego de eso se elaboró el borrador de las encuestas, el cual se aplicó en la prueba de sintaxis, que fue realizada a 10 gerentes con la finalidad de determinar la facilidad de comprensión de las preguntas y la temática planteada. Posteriormente se realizó la prueba piloto con la ayuda de 20 pymes más, que no presentó novedad alguna; por lo que se procedió a la recolección de las encuestas restantes.

Procesamiento de la Evaluación: Validez y Confiabilidad de los Instrumentos Aplicados para el levantamiento de información.

Una vez recolectada la información a través de las encuestas, se introdujo los valores de cada una de las empresas en una tabla elaborada en el programa de datos Microsoft Excel 2020. Posteriormente se analizaron los datos obtenidos para determinar los porcentajes de respuestas las cuales fueron medidas en la escala de Likert.

Análisis de Resultados

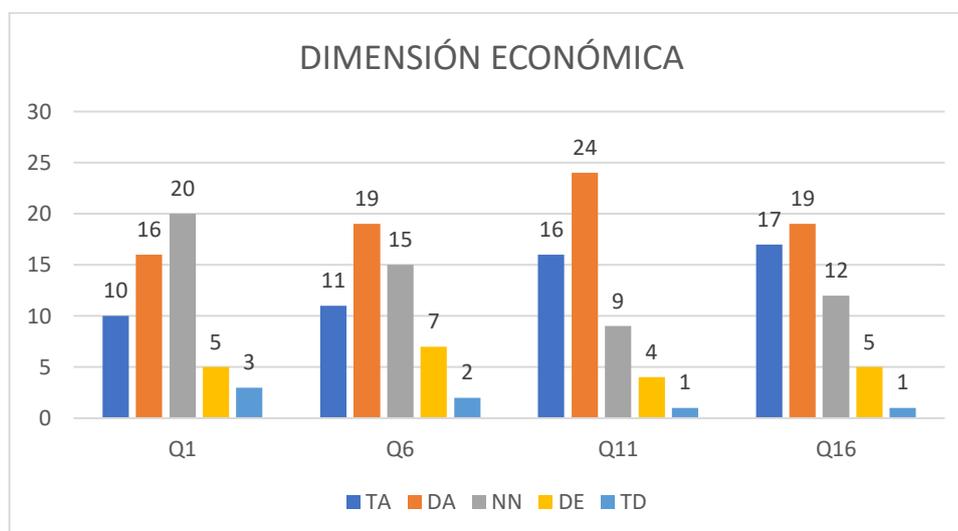


Figura 1. Prácticas de RSE en la Dimensión Económica.

Nota: La figura muestra las respuestas de encuestas en escala de Likert: Totalmente de Acuerdo (TA); De acuerdo (DA); Ni acuerdo ni desacuerdo (NN); Desacuerdo (DE) y Totalmente en Desacuerdo (TD).

Las pymes tienen una opinión dividida sobre la dimensión económica porque, aunque el 51,85% (Q1) de los encuestados considera que no se han maximizado sus beneficios, el 55,56% (Q6) piensa que la aplicación de estas prácticas si ha reducido sus costos operacionales; de hecho, lo atribuyen en un 74,07% (Q11) al monitoreo de la productividad de los empleados, y el establecimiento de estrategias a largo plazo en un 66,67% (Q16). (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Porcentajes Respuestas Dimensión Económica, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.

E/P	Q1	%	Q6	%	Q11	%	Q16	%
TA	10	18,52%	11	20,37%	16	29,63%	17	31,48%
DA	16	29,63%	19	35,19%	24	44,44%	19	35,19%
NN	20	37,04%	15	27,78%	9	16,67%	12	22,22%
DE	5	9,26%	7	12,96%	4	7,41%	5	9,26%
TD	3	5,56%	2	3,70%	1	1,85%	1	1,85%

El debate es causado por la idea errónea de que la aplicación de estas prácticas generarían mayor rentabilidad o liquidez; sin embargo, en la práctica los beneficios son más de carácter intangible como optimización de la productividad,

reducción de residuos o desechos, mejoras en los tiempos de respuestas, fidelización, etc.

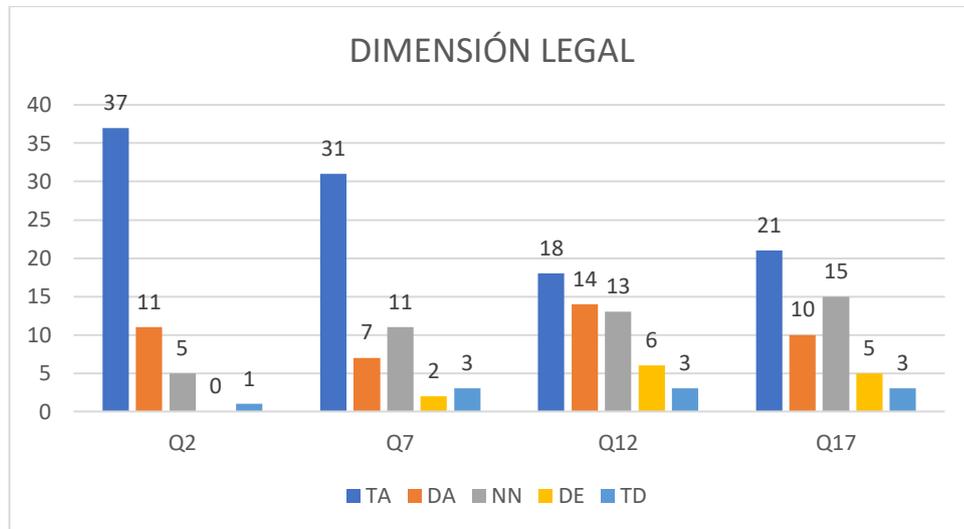


Figura 2. Prácticas de RSE en la Dimensión Legal.

Nota: La figura muestra las respuestas de encuestas en escala de Likert: Totalmente de Acuerdo (TA); De acuerdo (DA); Ni acuerdo ni desacuerdo (NN); Desacuerdo (DE) y Totalmente en Desacuerdo (TD).

Por otro lado, la dimensión legal es la que mayor aceptación y percepción tiene por parte de las pymes, con un 88,89% (Q2) y un 70,37% (Q7) debido a que están reguladas por la ley, lo cual obliga a los empresarios a implementarlas aún si no lo quisieran. Sin embargo, solo un 59,26% (Q12) fomenta la diversidad laboral y esto considerando que Lenín Moreno en su gobierno realizó reformas en las que ayudaba a las personas con capacidades diferentes a insertarse en el mercado laboral. Así mismo solo un 57,41% (Q17) de las empresas considera que es útil contar con políticas internas que prevengan la discriminación para la compensación y promoción de los empleados; pensando en la retención del talento humano dentro de la empresa. En contraparte, el porcentaje restante lo ve como un incremento en sueldos que debería pagar. (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Porcentajes Respuestas Dimensión Legal, Las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada

E/P	Q2	%	Q7	%	Q12	%	Q17	%
TA	37	68,52%	31	57,41%	18	33,33%	21	38,89%
DA	11	20,37%	7	12,96%	14	25,93%	10	18,52%
NN	5	9,26%	11	20,37%	13	24,07%	15	27,78%
DE	0	0,00%	2	3,70%	6	11,11%	5	9,26%
TD	1	1,85%	3	5,56%	3	5,56%	3	5,56%

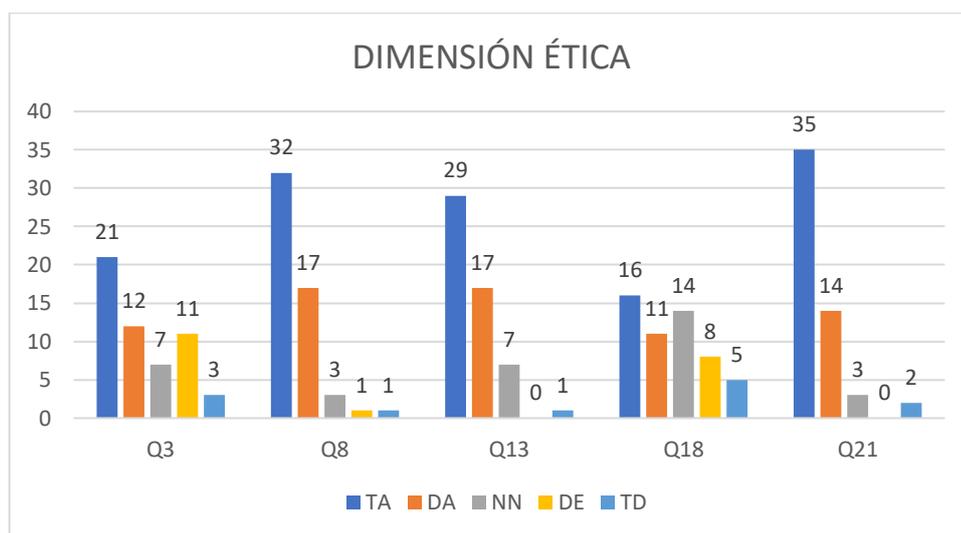


Figura 3. Prácticas de RSE en la Dimensión Ética.

Nota: La figura muestra las respuestas de encuestas en escala de Likert: Totalmente de Acuerdo (TA); De acuerdo (DA); Ni acuerdo ni desacuerdo (NN); Desacuerdo (DE) y Totalmente en Desacuerdo (TD).

La dimensión ética es una de las más cuestionables ya que involucra los principios y valores personales y empresariales en las decisiones que se toman, aún así el 61,11% (Q3) de los encuestados cuentan con un código de ética comprensible lo aplican como parte de la cultura organizacional. El 90,74% (Q8) de las pymes consideran que eso genera confianza en la sociedad; motivo por el cual el 50% (Q18) de las pymes busca fomentar protocolos confidenciales que permitan las denuncias de malas conductas en el trabajo, evitando el temor a actuar por miedo a las represalias. Adicionalmente el hecho de que los colaboradores manejen información precisa y completa se traduce en una mejor calidad de servicio al cliente, afirmación que realizan el 90,74% (Q21) de los encuestados. (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Porcentajes Respuestas Dimensión Ética, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.

E/P	Q3	%	Q8	%	Q13	%	Q18	%	Q21	%
TA	21	38,89%	32	59,26%	29	53,70%	16	29,63%	35	64,81%
DA	12	22,22%	17	31,48%	17	31,48%	11	20,37%	14	25,93%
NN	7	12,96%	3	5,56%	7	12,96%	14	25,93%	3	5,56%
DE	11	20,37%	1	1,85%	0	0,00%	8	14,81%	0	0,00%
TD	3	5,56%	1	1,85%	1	1,85%	5	9,26%	2	3,70%

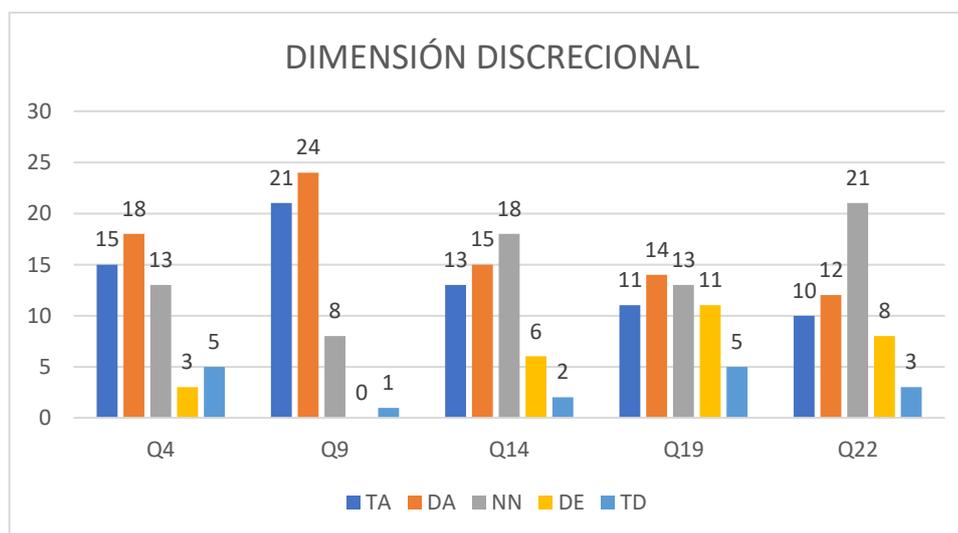


Figura 4. Prácticas de RSE en la Dimensión Discrecional.

Nota: La figura muestra las respuestas de encuestas en escala de Likert: Totalmente de Acuerdo (TA); De acuerdo (DA); Ni acuerdo ni desacuerdo (NN); Desacuerdo (DE) y Totalmente en Desacuerdo (TD).

La dimensión discrecional para las pymes son una de las más aplicadas considerando el hecho de que en su mayoría son empresas familiares, por lo que el personal que labora son parientes, es por lo que el 61,11% (Q4) y el 83,33% (Q9) de los encuestados considera que si existen apoyo a empleados que cuentan con educación adicional, así como políticas flexibles que permita equilibrar la vida laboral con la personal. Adicionalmente en esta dimensión se analiza el consumo de energía y la cantidad de desechos que genera la empresa, de los cuales solo el 46,30% (Q19) cuenta con programas o lineamientos que reduzcan el consumo de agua y energía, optimizando también recursos. (Ver Tabla 4)

En contraposición hay prácticas de esta dimensión que generan confusión al momento de ser analizadas como las contribuciones a beneficencias las cuales el

51,85% (Q14) de pymes hacen, pero con un enfoque erróneo; considerando el hecho de que debería mitigar alguna consecuencia de la cadena de producción de la empresa. De igual manera existe un 59,26% de empresarios que no considera asociarse con escuelas o empresas locales, esto debido a la creencia de que implicaría invertir liquidez y que posiblemente terminarían cediendo a las exigencias de la contraparte. (Ver Tabla 4)

Tabla 4. Porcentajes Respuestas Dimensión Discrecional, las letras Q representan el número de pregunta en la encuesta realizada.

E/P	Q4	%	Q9	%	Q14	%	Q19	%	Q22	%
TA	15	27,78%	21	38,89%	13	24,07%	11	20,37%	10	18,52%
DA	18	33,33%	24	44,44%	15	27,78%	14	25,93%	12	22,22%
NN	13	24,07%	8	14,81%	18	33,33%	13	24,07%	21	38,89%
DE	3	5,56%	0	0,00%	6	11,11%	11	20,37%	8	14,81%
TD	5	9,26%	1	1,85%	2	3,70%	5	9,26%	3	5,56%

Estudio o Análisis de Caso

En la actualidad las empresas buscan la diferenciación a través de ventajas competitivas, pero sus estrategias deben ir más allá del marketing y las ventas, aspectos como la RSE, gestión ambiental se han vuelto cruciales a la hora de captar la atención de nuevos grupos de interés. Para (Beltrán Sánchez & Reina Sánchez, 2013) “es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”

Muchos empresarios se ven obligados a implementar buenas prácticas de RSE porque la ley así lo demanda; sin embargo, también confunden el termino con acciones como donaciones, inversiones de grandes cantidades de dinero o planes de reforestación; desviando así la atención de la finalidad de estas acciones afirmativas que son el mitigar los impactos negativos producto de las actividades realizadas por la empresa (González Ordóñez, Alaña Castillo, & Gonzaga Añazco, 2017).

En la investigación realizada se denotó un dominio medio sobre el tema; motivo por el cual se considera que existe una aplicabilidad moderada de las prácticas de RSE; debido a que la mayoría son obligatorias para la operatividad o están determinadas por la ley local como la constitución, lo cual es congruente con lo explicado por (Aarnio, 2017). Con este antecedente la finalidad de esta investigación es plantear una propuesta de prácticas de RSE para que las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena implementen con la finalidad de aumentar su productividad y eficiencia, así como también la calidad del servicio; permitiéndoles alcanzar los objetivos estratégicos planteados a corto, mediano y largo plazo.

Objetivo General:

Proponer una guía de prácticas para cada una de las dimensiones de RSE para las pymes de compra y venta de materiales de construcción, con la finalidad de optimizar los beneficios en estas.

Objetivos Específicos:

- Describir los resultados obtenidos en las encuestas realizadas.
- Describir prácticas a implementar por cada dimensión de la RSE.
- Fomentar políticas justas y acorde a las responsabilidades adquiridas

Introducción o Fundamentación

Las pequeñas y medianas empresas pueden contemplar el desarrollo de una estrategia de RSE que vaya de acuerdo con sus posibilidades y recursos; pero que adicionalmente reflejen la cultura organizacional, valores y principios que persigue (Bucheli, 2019).

“La forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”. (Blázquez & Peretti, 2012)

Mientras que Diana Bolaños comenta que es una realidad que los líderes de las familias desean que los valores de su familia se reflejen en las buenas prácticas de su organización, por ello, la mezcla de estos valores con buenas prácticas empresariales crea organizaciones más “humanas” y justas, lo que se traduce en lograr un desarrollo más completo interno y externo de la RSC (Consortio Ecuatoriano para Responsabilidad Social, 2016).

Toda pyme busca posicionarse en la comunidad en que se desenvuelve, y emplean diferentes estrategias para alcanzar este objetivo; a esto se suma el hecho de que más del 80% son empresas familiares. Con esta premisa es lógico pensar

que los dueños buscarán transmitir sus principios, valores, ética a toda su estructura organizacional. Este trabajo tiene como finalidad establecer lineamientos básicos de prácticas de RSE que todas las pymes de compra y venta de materiales de construcción deberán cumplir para mejorar las relaciones existentes con todos sus grupos de interés. Además de servir como un punto de partida para futuros trabajos de investigación con indicadores cuantitativos, que permita medir el incremento real de los beneficios por cada una de las dimensiones.

Desarrollo o Cuerpo del Texto (análisis argumentativo 6 páginas)

Con base a las encuestas realizadas a las pymes de compra y venta de materiales de construcción, en las que se evalúan las prácticas básicas de RSE por cada dimensión analizada por (Carroll, 2016) que son económica, legal, ética y discrecional; se ha realizado el siguiente análisis:

En el estudio realizado por (Romo, Gómez, & Larenas, 2017) se observa que el “cumplimiento de regulaciones gubernamentales” presenta el promedio más alto de todas las dimensiones analizadas. Premisa que corrobora lo que muestran los resultados de este trabajo, los mismos que indican que la dimensión en la que mayormente se desarrollan prácticas de RSE es la legal, debido a que están establecidas en las leyes que rigen al estado, por lo que se considera obligatorio su aplicación para el correcto funcionamiento de las pymes. Seguida por la dimensión económica que busca obtener beneficios monetarios y reducción de costos que les permitan cumplir con los objetivos establecidos por la gerencia (Alvarez & Velarde, S.F.).

La dimensión ética es quizás es una de las que más propuestas de prácticas presenta, debido a que es delimitada por los principios y valores éticos de los dueños que es pasado a toda la cultura organizacional (Herrera, 2011); por lo que se considera oportuno la implementación de acciones afirmativas que mejore la aplicabilidad de estas prácticas en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena.

Finalmente, la dimensión menos desarrollada es la discrecional y aunque suele ser voluntaria es confundida con facilidad con caridad, donativos o patrocinios, que no mitigan o satisfacen necesidades de primer orden de los grupos de interés (Vega, 2009). Con estas premisas se ha realizado una guía de prácticas de RSE que pueden aplicar las pymes para mejorar en aspectos relacionados con cada una de las dimensiones y mejorar la calidad de los diferentes procesos que realizan.

Guía de Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES.

¿Qué significa RSE?

La Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía libremente escogida y convertida en proceso de gestión estratégico que se sustenta en el liderazgo ético de los miembros de la entidad y que busca, sobrepasar las exigencias legales y las expectativas de cada grupo de interés, contribuyendo al desarrollo sostenible, el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y la competitividad de la empresa (Lozano Aguilar, Barrera Duque, García De La Torre, & Raufflet, 2012).

Esto quiere decir, que las empresas, sin importar su tamaño, actividad económica y demás sean responsables de lo que sus actividades provocan y de la forma en que afectan a los grupos de interés. Las pymes, al ser empresas pequeñas, tienen la ventaja de que la organización es más directa, y son más flexibles, lo que contribuye a que las ideas, valores y principios se transmitan de una forma más rápida y comprometida entre quienes la conforman.

¿Qué son los grupos de interés?

Anteriormente, se creía que el único rol de una empresa constituía el ser un proveedor de bienes o servicios, lo cual es una visión limitada. Una empresa es un ente transformador, sus actividades influyen e impactan la sociedad en general. La importancia de este tema radica en la forma en como su desempeño afecta su

medio interno o externo, o lo que algunos estudiosos del tema han denominado el impacto en sus grupos de interés que son: accionistas, empleados, proveedores, público en general, medioambiente entre otros. (Aristimuño, Monroy, & De Naime, 2010)

Los grupos de interés se refiere a todas las partes que se ven involucradas o afectadas por la actividad comercial y económica de una empresa. Desde el punto de vista de la estrategia y la RSE, los stakeholders son importantes por su posibilidad de intervenir sobre la actividad y los resultados de la organización (Revilla & Fernández, 2011).

(Peiro, 2016) los divide en dos tipos:

- Internos. – Son aquellos que forman parte de la empresa. Están conformados por: Accionistas, directivos y empleados.
- Externos. – Son aquellos que NO forman parte de la empresa. Están conformados por: Proveedores, clientes, comunidad, gobierno y medio ambiente.

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Para (Corrales, 2011) en la actualidad las empresas aplican prácticas de RSE buscando obtener una fuente de ventaja competitiva como: estructura de costes, recursos humanos, clientes, innovación, gestión de riesgos, reputación y resultados financieros; que las diferencie de la competencia. Pero cabe destacar que no siempre el impacto se puede evidenciar en el corto plazo. En definitiva, se convierte en una empresa más rentable en el largo plazo (Ekos Negocios, 2011).



Figura 5. Beneficios de la RSE a mediano y largo plazo

Prácticas orientadas a cada una de las dimensiones de la RSE que las pymes deberían aplicar.

Se ha procedido a detallar de acuerdo con cada dimensión acciones afirmativas o buenas prácticas de RSE que se podrían implementar en las Pymes de compra y venta de materiales de construcción de la provincia de Santa Elena, para mejorar relación con cada uno de los grupos de interés.

Dimensión Económica:

1. Empresa:

- Capacitar al personal en temas de administración financiera.
- Establecer un presupuesto que considere un porcentaje de ahorro.
- Crear un fondo de emergencia para futuras contingencias.
- Transparentar los procesos contables para un mejor control empresarial.
- Implementar planes de reducción de riesgo, así como también de consumo.

2. Trabajadores:

- Remunerar de manera justa y puntual a los empleados, considerando su productividad.
- Reconocer y respetar el cálculo de horas extras, vacaciones y beneficios.
- Cumplir con el pago de la Seguridad Social de los empleados.

3. Gobierno:

- Anticipar los procesos para el pago de impuestos a tiempo.
- Investigar sobre los incentivos tributarios existentes y su aplicabilidad en las actividades que desarrolla la empresa.
- Remunerar de manera justa y puntual a los empleados, considerando su productividad.

4. Proveedores:

- Tener ternas de opciones de proveedores, priorizando a los que cumplan con buenas prácticas de RSE.
- Cumplir de manera puntual con las obligaciones adquiridas.
- Realizar estudios financieros previos a la adquisición de nuevas fuentes de financiamiento.

5. Clientes:

- Capacitar constantemente al personal con temas relacionados a la atención al cliente y servicios post-venta.
- Usar las redes sociales para incrementar el alcance de la empresa.
- Brindar facilidades de pagos a los clientes.

6. Comunidad:

- Hacer campañas de concientización sobre temas relacionados a las actividades de la empresa, y el impacto que generan.
- Determinar un fondo de ayuda para la comunidad.
- Permitir a los estudiantes realizar pasantías con la finalidad de que ganen experiencia.

7. Medio Ambiente:

- Reducir el consumo de papel digitalizando los procesos.
- Implementar políticas de ahorro en el consumo de la energía y el agua.

Dimensión Legal:

1. Empresa:

- Registrar a la empresa en el registro único de compañías en la Superintendencia de Compañías
- Inscribir a la empresa en el registro mercantil.
- Mantener la información financiera de la empresa visible y accesible.

2. Trabajadores:

- Leer y cumplir con los lineamientos del código de trabajo y la constitución de la república.
- Elaborar política de gestión de riesgos y seguridad laboral en el contexto de brindar protección para actividades peligrosas y actualmente la pandemia COVID-19.

3. Gobierno:

- Cumplir con las leyes tributarias, código orgánico integral penal y código orgánico de la producción de comercio.

4. Proveedores:

- Llevar registro y control de los pagos realizados a los proveedores.
- Redactar documentos que estipulen las reglas de la relación comercial y que garantice el cumplimiento de estas.

5. Clientes:

- Capacitar al personal con los relacionado a ley orgánica de defensa del consumidor.

6. Comunidad:

- Capacitar al personal con los relacionado a ley orgánica de defensa de emprendimiento e innovación.

7. Medio Ambiente:

- Capacitar al personal con los relacionado a ley de gestión ambiental y código orgánico del ambiente.

Dimensión Ética:

1. Empresa:

- Establecer un código de ética y conducta, el cual deberá ser socializado con todos los grupos de interés.
- Evaluar el cumplimiento de las normativas y protocolos establecidos por la empresa.

- Verificar que exista congruencia entre la visión, misión, valores y objetivos de la empresa.

2. Trabajadores:

- Elaborar un manual de inducción laboral.
- Determinar un proceso de selección y capacitación de los empleados.
- Asegurar el equilibrio de la vida laboral y familiar.
- Contemplar otorgar permisos relacionados con el cuidado de la salud, vacaciones, feriados.
- Establecer un mecanismo de participación y comunicación directa, recibir observaciones y sugerencias por parte del personal de una forma segura.
- Desarrollar programas que promuevan la diversidad en la fuerza laboral, fomentando la igualdad de oportunidades y políticas de cero tolerancias a la discriminación de cualquier tipo.
- Apoyar a los empleados que estén obteniendo educación adicional y capacitaciones.
- Realizar capacitaciones en diversas áreas para beneficio de los trabajadores.
- Sancionar cualquier práctica ilícita o de corrupción que se dé por parte de los empleados.

3. Gobierno:

- Verificar los datos que se colocan en documentos fiscales.
- Participar activamente en talleres ofrecidos por las entidades públicas para el beneficio y mejora de la empresa.
- Determinar una persona que participe en las veedurías que organicen las instituciones públicas.

4. Proveedores:

- Elaborar un registro o catálogos de proveedores, con las características de cada uno, incluyendo las prácticas que emplean

para el desarrollo de sus productos. Así como un manual de conducta para ellos.

- Informar a los proveedores con honestidad los cambios realizados en la empresa.
- Preferir en medida de lo posible a los proveedores locales.
- Documentar debidamente todas las transacciones realizadas entre la empresa y los proveedores.
- Consultar a los proveedores de la percepción que poseen de usted como cliente.

5. Clientes:

- Manejar los datos de los clientes con seguridad y discreción respetando su privacidad.
- Respetar el derecho a la libre elección que tiene el cliente.
- Proveer a los clientes con información verídica de los productos que se comercializan, formas de uso y riesgos relacionados.
- Ser honestos con el cliente en relación con la disponibilidad de productos, tiempos de entrega, problemas inesperados y demás condiciones.
- Respetar las condiciones de los negocios: precios, descuentos, tiempos de entrega y demás.
- Políticas de cambio o reposición de productos defectuosos.
- Establecer un buzón para recibir comentarios y sugerencias.
- Realizar una encuesta de satisfacción al cliente o preguntar si existe algo en lo que podría mejorar, o si lo recomendaría a otras personas.
- Comunicar satisfactoriamente a los clientes sobre promociones, capacitaciones o iniciativas de RSE implementadas para su colaboración.

6. Comunidad:

- Comunicar con veracidad las actividades de la empresa a la comunidad.
- Promover el trabajo, contratando mano de obra local.
- Actuar de manera responsable por los daños causados por la actividad económica de la empresa y compensando a la comunidad.
- Identificando los problemas de la comunidad que los rodea y aportar con soluciones al gobierno local, suministrar ideas y cómo realizarlas.
- Consultar al personal ideas y aportes creativos para solucionar problemas de la zona.

7. Medio Ambiente:

- Analizar las actividades que realiza la empresa y su impacto: contaminación visual, auditiva, odorífera, residuos, etc.
- Implementar programas de reciclaje.
- Informar a todos los grupos las iniciativas de cuidado ambiental que se están implementando y sus resultados.
- Capacitar a los grupos de interés sobre el medio ambiente y como aportar.

Dimensión Discrecional:

1. Empresa:

- Destinar fondo para mejoras en los procesos o la cadena de valor de la empresa.
- Desarrollar e implementar programas de igualdad de género en la empresa.
- Desarrollar e implementar planes de prevención y reducción de riesgos laborales, con supervisión de entes reguladores como el departamento de bomberos, gestión de riesgos y hospitales.

- Fomentar programas de inserción laboral para personas con discapacidad o grupos de minorías.

2. Trabajadores:

- Poner a disposición un programa de ayuda psicológica para los empleados.
- Promocionar campañas para la buena alimentación, manejo de finanzas personales, ejercicio y vida saludable.
- Desarrollar programa de participación e integración del personal, eventos deportivos, celebración de cumpleaños, entre otras actividades.
- Ayudar a los hijos de los empleados con programas educativos o de pasantías en el local.
- Participar en actividades de voluntariado que fomenten su conexión y empatía con la sociedad.

3. Gobierno:

- Establecer un canal de comunicación con entidades gubernamentales que fomenten, capaciten y cooperen en la implementación de iniciativas de RSE.

4. Proveedores:

- Establecer relaciones que involucren la participación de los proveedores en actividades que fomenten las prácticas de RSE.
- Considerar aquellos proveedores que dispongan de RSE para las relaciones comerciales. (considerarlo)

5. Clientes:

- Realizar campañas de concientización que fomenten el cuidado ambiental.
- Realizar encuestas de opinión sobre actividades de cuidado medioambiental, que permitan incorporar factores innovadores de las opiniones de los clientes.

6. Comunidad:

- Desarrollar programas que fomenten el desarrollo de las capacidades de la comunidad.
- Fomentar la cultura local, las artesanías, lugares turísticos, gastronomía, etc., en las plataformas de la empresa.
- Aportar en casos especiales o fortuitos productos que se comercialicen en el negocio.
- Fomentar alianzas con los proveedores o entidades del gobierno que le permitan gestionar programas de ayuda comunitaria.
- Encuestas de opinión para conocer las externalidades ocasionadas por las empresas y tratar de internalizar a través de compensaciones sociales.

7. Medio Ambiente:

- Fomentar la participación del personal en programas de mingas, voluntariado, reforestación, reciclaje, entre otros.
- Consultar al personal ideas para mejorar el medio ambiental en el que se desenvuelven como organización.

Conclusiones

Se concluye que la existencia de las prácticas de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena radican en su mayoría en los principios y requisitos básicos que deben cumplir las personas para iniciar su emprendimiento, por ello las dimensiones legales y económicas tiene una mayor incidencia de aplicabilidad.

La dimensión ética no está del todo desarrollada en las empresas, debido a que se sustenta en los valores, principios y decisiones de los propietarios; y considerando el hecho del que comportamiento humano se tienden a cometer equivocaciones, esto puede ser contraproducente para la cultura organizacional.

Por el contrario la dimensión discrecional es la que mayor conflicto causa y la menos desarrollada, porque aparte del hecho de ser voluntaria, están los aspectos económicos que limitan su implementación. Adicionalmente se ve influenciada por la dirección a la que es orientada; la cual no siempre busca resarcir el daño que pudieran causar las actividades productivas de la empresa.

Recomendaciones

Es recomendable aparte de mantener y mejorar las prácticas de RSE que ya aplican las pymes, implementar algunas nuevas especialmente en las dimensiones éticas y discrecional, con la finalidad de optimizar las relaciones con los grupos de interés. Así mismo se sugiere a los empresarios la aplicación de un cuadro de indicadores como un control de mando para el seguimiento de los resultados obtenidos al aplicar estas iniciativas de RSE, como el ejemplo que se muestra en el anexo 20.

Conclusiones

Se ha comprobado la existencia de prácticas de RSE en las pymes que se dedican a la compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena, la mayoría de ellas son aplicadas porque lo determinan las leyes que rigen al estado. Con base a las encuestas realizadas se infiere que el grado de conocimiento que tiene los empresarios es de nivel medio, considerando el hecho de que se les tuvo que dar una breve inducción del tema y aclarar el hecho de que realizar donaciones no necesariamente es un indicador de responsabilidad social.

Así mismo una vez analizados los datos obtenidos se determinó que las dimensiones que más influyen en una pyme son la legal y la económica, seguida por la ética; lo que demuestra que una empresa no solo debe generar riquezas, sino que a su vez debe hacerlo de una manera transparente, sin afectar a ningún grupo de interés, cumpliendo con todo lo que la ley ordena. Es decir, deben crear bienes o servicios que satisfagan necesidad de la sociedad, a un precio justo, así como invertir una parte de las ganancias en pro de mejorar la calidad de vida del entorno.

Por el contrario, la dimensión que menos se trabaja dentro de una pyme es la discrecional, considerando que la mayoría de estas empresas son familiares se entiende las facilidades de flexibilización de horarios, el apoyo a trabajadores con educación adicional; sin embargo, la falta de interés en la reducción de consumo de agua y energía como en la producción de desechos es una gran alerta a la calidad de vida de las generaciones futuras, como actualmente existen los recursos se mal gastan, sin pensar en sus consecuencias a largo plazo.

Se elaboró una guía de prácticas de responsabilidad social empresarial que pueda ser aplicada por las pymes sin que se vea afectada su liquidez, son lineamientos que les permitirá mejorar la productividad en cada una de las dimensiones analizadas.

Recomendaciones

Es recomendable que los empresarios se capaciten en temas relacionados a las RSE para que apliquen estrategias más efectivas que les permita alcanzar una ventaja competitiva que los diferencie de la competencia que existe en el mercado de la provincia de Santa Elena. Adicionalmente la adquisición de nuevos conocimientos les permitirá comprender de mejor manera las acciones estratégicas que deberán tomar para generar un cambio en el nivel de vida de todo el entorno en el que se desenvuelve, sin limitarse a donaciones y aportes de equipos de fútbol o dinero para la comunidad.

Las pymes del sector de compra ventas de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena deberían utilizar indicadores que les permitan medir el nivel de gestión optimizado; así como también la implementación de las normas ISO 26000, los indicadores ETHOS y leer los manuales de Global Reporting Initiative.

Para los investigadores que deseen desarrollar futuros trabajos relacionados a la temática de RSE, se recomienda aplicar indicadores como los establecidos por ETHOS o GRI, con la finalidad de medir de manera cualitativa y exacta los beneficios generados al aplicar prácticas de RSE en este tipo de empresas.

Referencias

- Aarnio, A. (2017). *Lo racional como razonable: Un trato sobre la justificación jurídica*. Palestra.
- Alvarez Valencia, J. F. (S.F.). Responsabilidad empresarial - RSE una mirada a los elementos que la conforman, y los beneficios tangibles e intangibles de quienes la adoptan.
- Alvarez, A., & Velarde, R. (S.F.). *Mejora de la productividad en el proceso de despacho aduanero en la Intendencia de Aduana Aérea y Postal basado en el modelo de satisfacción de necesidades del personal*.
- Aristimuño, M., Monroy, C. R., & De Naime, Y. V. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como valor organizacional en la Pequeña y Mediana Industria (PYME). *8th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*, Vol. 1.
- Barba Bayas, D. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba*. Riobamba.
- Beltrán Sánchez, P., & Reina Sánchez, S. (2013). *La responsabilidad social como eje fundamental en las empresas colombianas*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Blázquez, M., & Peretti, M. (2012). Modelo para gestionar la sustentabilidad de las organizaciones a través de la rentabilidad, adaptabilidad e imagen. *Estudios Gerenciales*, 40-50.
- Bucheli, J. R. (2019). *Propuesta de aplicación de responsabilidad social para pymes en el Ecuador*. Quito: PUCE.
- Bueñaño Freire, J. P. (2018). *El balance social como instrumento de evaluación y difusión de la responsabilidad social en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Ambato*. Ambato.
- Bustos, P., & Moreno, K. (2020). Responsabilidad social empresarial y sus efectos en la imagen de la marca: Un estudio de revisión sistemática. *RECITIUTM*, 44-68.
- Cabrera Leiva, W. (2018). *Estudio sobre la reputación percibida por los clientes potenciales, enfocado en las dimensiones de la ética y responsabilidad corporativa, y calidad de servicio en las salas más exclusivas del sector de juegos de casinos y máquinas tragamonedas*. Perú.
- Cancino Del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Chile: Universidad de Chile.

- Cárdenas, M., & Jiménez, N. (2018). *Programa Primeros pasos en RSE como promotor de responsabilidad social de las empresas pyme*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Carroll, A. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1-8.
- Consortio Ecuatoriano para Responsabilidad Social. (2016).
- Corrales, L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa Guía de buenas prácticas. En *Proyecto IMPULSE RSE-PYME* (págs. 1-119).
- De La Cruz, C., Santos, P., & Ucin, J. (2007). La responsabilidad social en Gipuzkoa: ¿Por dónde empezar? *Empresa y responsabilidad social en Gipuzkoa*, 23-40.
- Ekos Negocios. (2011). Empresas con Responsabilidad Corporativa. En *Ekos RSE* (págs. 1-146).
- ETHOS. (18 de 02 de 2022). *Instituto ETHOS*. Obtenido de <https://www.ethos.org.br/>
- García, R. F., & Llorente, C. (2009). Responsabilidad social corporativa. *Una estrategia para conseguir imagen y reputación*. *Icono*, 95-124.
- González Ordóñez, A., Alaña Castillo, T., & Gonzaga Añazco, S. (2017). *La gestión ambiental en la competitividad de las PYMES del Ecuador*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Guale, L., & Zambrano, M. (2018). La responsabilidad social corporativa en la industria pesquera de la Provincia de Santa Elena, año 2013. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 8-15.
- Herrera, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Ecoe.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>
- International Organization for Standardization. (2010). *Guía de responsabilidad social (ISO 26000)*. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf
- Laínez, C. V., Núñez, Y. S., & Llanos, X. G. (2016). Análisis de Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 452-466.
- Lozano Aguilar, J. F., Barrera Duque, E., García De La Torre, C., & Raufflet, E. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Pearson.

- Molina Galarza, M. A. (2014). *Propuesta de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES con elementos de la NORMA ISO 26000*. Cuenca: Univerisdad del Azuay.
- Montalvo, C. M., Zambrano, S. C., & Córdova, C. (2019). Características de la responsabilidad social empresarial de las Pymes en el Ecuador. Caso de Estudio: Hacienda Nueva Colonia. *ECA Sinergia*, 131-144.
- Moya, J. V. (2010). Responsabilidad Social. *Enfoque UTE*, 90-100.
- Peiro, A. (16 de 02 de 2016). *Grupos de Interés - Stakeholders*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/grupos-de-interes.html>
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estartegia y sociedad. *Harvard business review*, 42-56.
- Ramírez, P. A., Valencia, J. M., & Pinargote, A. M. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial y la Pymes en el Ecuador.
- Revilla, G., & Fernández, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía Industrial*, 71-76.
- Romo, M., Gómez, A., & Larenas, R. (2017). La responsabilidad social en las pymes de sector calzado en Ecuador. *Panorama Económico*, 195-208.
- Striedinger, J. E. (2014). Responsabilidad social para las pymes sector calzado bajo las normas ISO 26000.
- Suárez Rosero, R. M. (2017). *Evaluación del impacto de la responsabilidad social empresarial como base de la ventaja competitiva de ACE Seguros SA*. Quito: PUCE.
- Tomalá, V., & Lorena, G. (2020). *La responsabilidad social corporativa en las cooperativas de ahorro y crédito del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena*. La Libertad: UPSE.
- Torresano, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador. *EKOS*, 5-63.
- Vega, J. (2009). *Responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. Esic Editorial.
- Villa Herrera, S., & Moreno Guerrero, N. (2015). *Diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la compañía Chameleon Sport SAS como herramienta de gestión*. Colombia.
- Vinueza Aguirre, L. P., & Avalos Jaramillo, A. C. (2017). *Estudio comparativo del Comportamiento Socialmente Responsable en empresas que aplican la*

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y empresas que no la aplican.
Quito.

Anexos

Anexo 1. Operacionalización de las Variables

Tabla 5. Operacionalización de las Variables

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Existencia de prácticas de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena	Determinar la existencia de prácticas de RSE en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena.	Identificar si las pymes de comprar y venta de materiales de construcción en la Provincia de Santa Elena aplican prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	<u>Dependiente:</u> Prácticas de RSE	ISO 26000	Económica Legal Ética Discrecional

Anexo 2. Modelo de Encuesta



Universidad Estatal
Península de Santa Elena

Instituto de Postgrado

La presente encuesta tiene fines investigativos; en esta se busca conocer mejor la relación que tienen las empresas con la comunidad, los datos aquí consignados serán confidenciales y utilizados solo para propósitos de investigación. Al llenar la presente encuesta usted manifiesta su consentimiento informado.

Profesión: _____

Edad: _____

Género: Femenino () Masculino ()

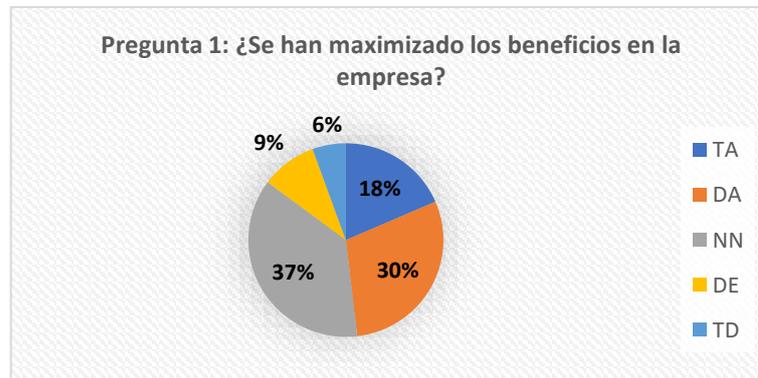
Cuánto tiempo lleva operando la empresa: _____

Número de empleados: _____

Monto de ventas anuales (\$): _____

Por favor encierre en un círculo su respuesta.	En mi empresa.....	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo
Se han maximizado los beneficios.		1	2	3	4	5
Los gerentes de la organización tratan de cumplir la ley.		1	2	3	4	5
Poseemos un código de conducta comprensible.		1	2	3	4	5
Se apoya a los empleados que obtienen educación adicional.		1	2	3	4	5
Los clientes nos consideran una organización muy profesional.		1	2	3	4	5
Se han minimizado los costos operacionales.		1	2	3	4	5
Se cumple con la ley regulatoria de contratación y beneficios al personal.		1	2	3	4	5
Somos reconocidos como una empresa confiable		1	2	3	4	5
Las políticas flexibles de la compañía permiten a los empleados coordinar mejor la vida laboral y personal.		1	2	3	4	5
Somos vistos como una empresa exitosa.		1	2	3	4	5
Se monitorea la productividad de los empleados.		1	2	3	4	5
Existen programas que fomentan la diversidad de la fuerza laboral (en términos de edad, género y raza).		1	2	3	4	5
El actuar de manera justa hacia los compañeros de trabajo y socios comerciales es una parte integral del proceso de evaluación del empleado.		1	2	3	4	5
Brindamos contribuciones adecuadas a organizaciones benéficas.		1	2	3	4	5
La reputación es muy valorada.		1	2	3	4	5
La alta gerencia establece estrategias a largo plazo.		1	2	3	4	5
Existen políticas internas que previenen la discriminación con respecto a las compensaciones y promociones de los empleados.		1	2	3	4	5
Se establece un protocolo confidencial para que los empleados denuncien cualquier mala conducta en el trabajo.		1	2	3	4	5
Existe un programa para reducir la cantidad de energía y desperdicio de materiales en la empresa.		1	2	3	4	5
Los clientes nos ven como una empresa estable.		1	2	3	4	5
Los vendedores y trabajadores deben proporcionar información completa y precisa a todos los clientes.		1	2	3	4	5
Fomentamos asociaciones con otras empresas y escuelas locales.		1	2	3	4	5
Los clientes nos consideran bien establecidos.		1	2	3	4	5

Anexo 3. Maximización de beneficios



Nota. La figura muestra las respuestas de encuestas en escala de Likert: Totalmente de Acuerdo (TA); De acuerdo (DA); Ni acuerdo ni desacuerdo (NN); Desacuerdo (DE) y Totalmente en Desacuerdo (TD).

Se puede notar claramente que existe un 37% de pymes que consideran que la aplicación de iniciativas de RSE no afecta o influye en los beneficios de la empresa, sumándole a esto el 15% que está en desacuerdo de la utilidad de las mismas; se detalla la existencia de un descontento por parte de los empresarios en la utilización de iniciativas, y solo el 48% considera que aplicarlas aumentaría sus beneficios entendiéndose por esto no solo mayor rentabilidad (valor monetario), sino también en disminución de costos o una mejora de la reputación.

Anexo 4. Minimización de costos operacionales



Se consultó si los costos operacionales se han minimizado y el 55% concordó que sí; por el contrario, el 45% determinó que los costos de sus actividades no se han minimizado y consideran que la falta de incentivos tributarios,

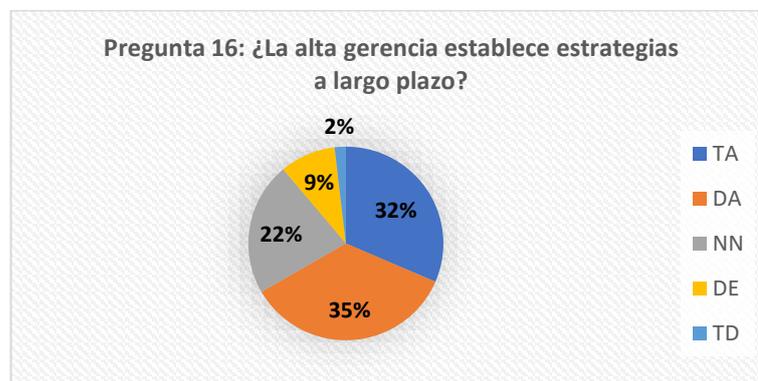
los impuestos y la competitividad son factores incidentes que han imposibilitado realizar o ver una reducción de sus costos de operación.

Anexo 5. Monitoreo de la productividad



El 74% de las pymes encuestadas considera que si monitorean la productividad de sus empleados con diferentes metodologías (ítems, ventas, metas, resultados), el 17% lo hace de manera empírica (ventas, asistencia) y el 9% restante no sabe cómo exactamente debería medir la productividad de su personal o desconoce de instrumentos de medición.

Anexo 6. Establecimiento de estrategias a largo plazo



El 67% de los encuestados si planifican estrategias a largo plazo, el 22% considera que la alta gerencia toma decisiones a mediano plazo y el 11% restante toma medidas parches o conforme se van presentando las situaciones o contratiempos. Cabe destacar que muchas de estas planificaciones se vieron

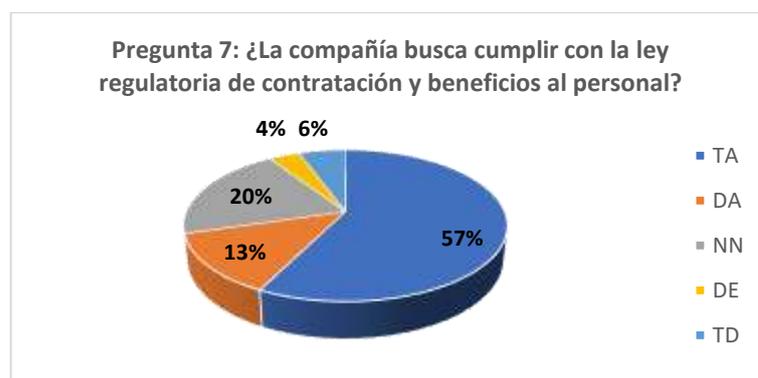
afectadas por la pandemia COVID-19, modificando y cambiando muchas de estas estrategias.

Anexo 7. Cumplimiento de las leyes por parte de los gerentes/propietarios



El 89% de las pymes encuestadas consideran que los gerentes o propietarios si cumplen con todas las estipulaciones y obligaciones que la ley determina. Se considera una respuesta lógica normal, ya que todas las empresas indiferentes del tamaño deben cumplir sus requisitos mínimos para funcionar de manera correcta y legal.

Anexo 8. Cumplimiento de la ley regulatoria para el personal



El 70% de las pymes afirman que buscan cumplir con todas las leyes de contratación y beneficios al personal, así como también incentivos adicionales. En cambio, el 20% cumple solo con lo establecido por la ley debido a limitantes económicas, logísticas y ocupacionales. Lo más preocupante es el 10% que está en

desacuerdo; porque implica la falta de recursos para poder cumplir a cabalidad las obligaciones con los empleados.

Anexo 9. Fomento de la diversidad de la fuerza laboral



El 59% si aplican prácticas que fomentan la diversidad laboral; mientras que el 24% de los encuestados detallan que debido a la naturaleza de la actividad económica emplean más hombres que mujeres y el 19% no tiene un programa que fomente la diversidad debido a que son empresas netamente familiares; por ende, depende mucho de la constitución de esta.

Sin embargo, los cargos se delimitan a estereotipos es decir las mujeres en puestos administrativos y los hombres a operativos como logística, despacho y mantenimiento.

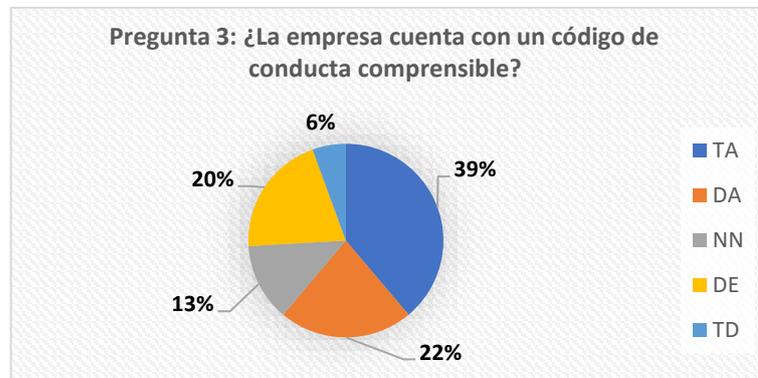
Anexo 10. Existencia de políticas internas como prevención de la discriminación



El 57% de las pymes cuenta con políticas que permiten la promoción y compensación de los empleados sin ningún tipo de discriminación, mientras que el

28% considera que dentro de la empresa hay pocos lineamientos que eviten esto, y el 15% no tiene ningún tipo de lineamientos para promoción o compensación de empleados.

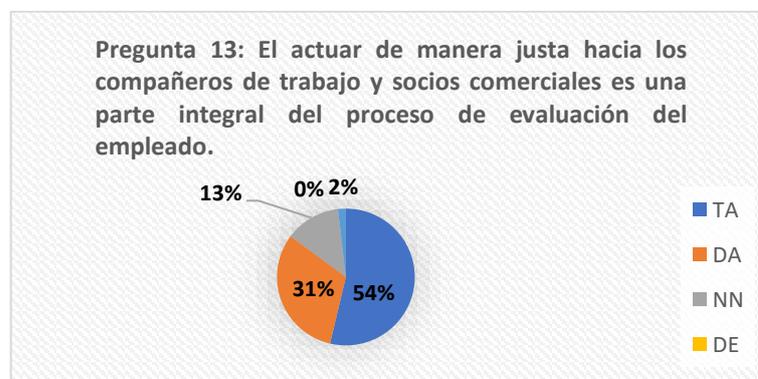
Anexo 11. Código de conducta comprensible



Las pymes que se dedican a la compra y venta de materiales de construcción en un 61% tienen claro el código de conducta institucional. Sin embargo, el 39% se basa más en sus principios y valores éticos propios para actuar.

Es preocupante saber que hay empresas que no han hecho una evaluación pertinente que les permita determinar el grado de conocimiento y afianzamiento de la cultura organizacional.

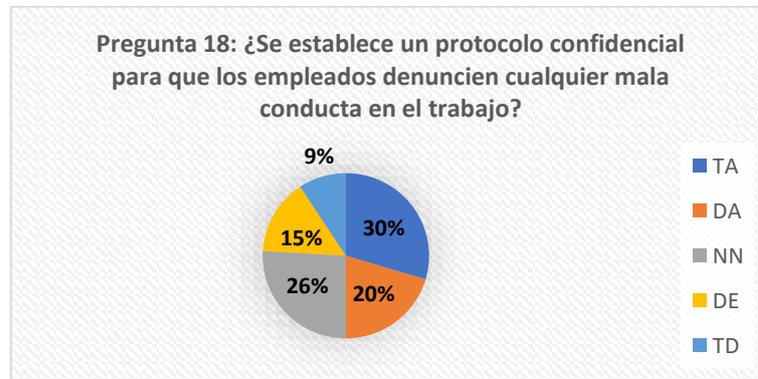
Anexo 12. Consideración de la justicia en la evaluación del empleado



Actuar de manera justa hacia todos los involucrados en la cadena de valor es parte del proceso de evaluación del empleado para el 85% de las pymes de

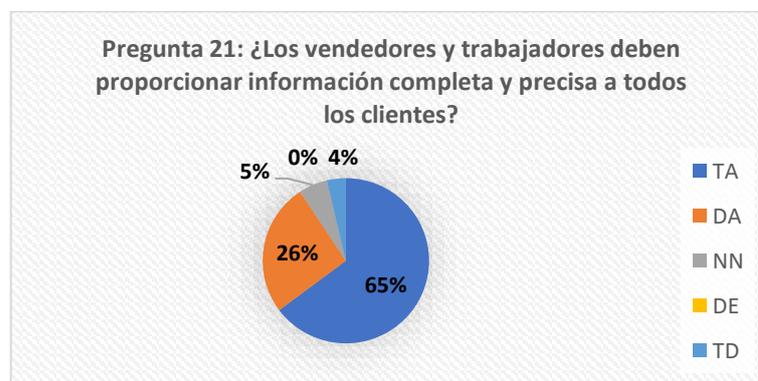
compra y venta de materiales de construcción, para el 15% es parte de la formación del empleado, pero no lo incluye en su evaluación de desempeño.

Anexo 13. Existencia de un protocolo confidencial para denuncias



El 50% de los gerentes afirma la existencia de un protocolo confidencial para denunciar la mala conducta en el trabajo, el 26% no tiene un protocolo establecido, pero si cuenta con discrecionalidad y confidencialidad al momento de denunciar. Por otro lado, el 24% restante no tiene ningún protocolo ni lineamientos establecidos, consideran que si existe alguna mala conducta en el trabajo simplemente se le debe informar para tomar medidas al respecto.

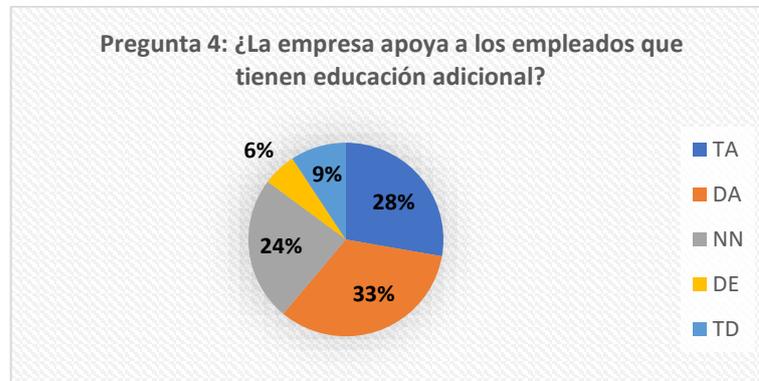
Anexo 14. Proporción de información completa a los clientes



Los gerentes de las pymes encuestadas en un 91% están de acuerdo que los colaboradores deben proporcionar información completa a los clientes, por lo que deberán conocer muy bien los productos y servicios que la empresa ofrece, así como los descuentos que se pueden otorgar. En contraste hay un 9% que considera que

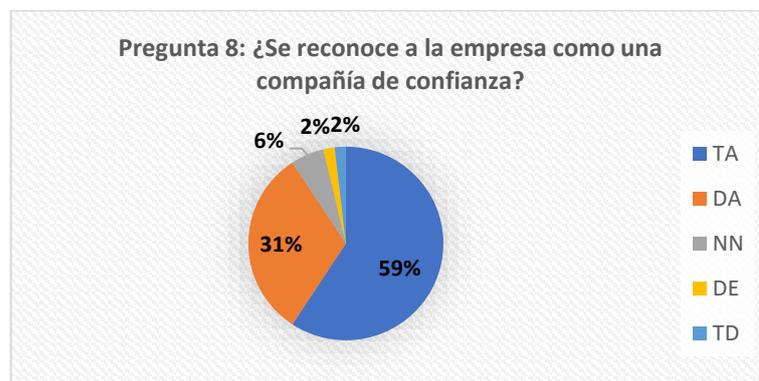
los trabajadores no deben manejar toda esa información, ya que puede caer en manos de la competencia.

Anexo 15. Apoyo a empleados con educación adicional



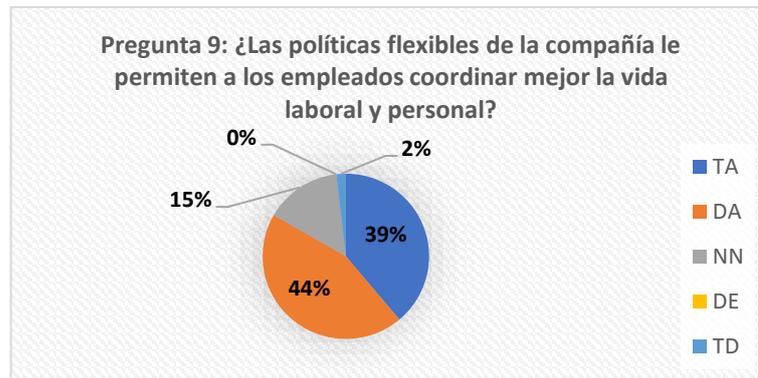
Se determina que el 61% de las pymes busca incentivar a sus empleados que tienen educación adicional, aunque muy pocas veces los incentivos son de carácter monetarios, existen otras formas de reconocer el trabajo adicional con ascensos, certificados o capacitaciones. Por el contrario, hay un 39% de pymes que debido a limitantes económicas o de tamaño no realizan este tipo de prácticas.

Anexo 16. Reconocimiento como una empresa de confianza



Cuando se les consultó a las pymes si la comunidad las reconoce como una compañía de confianza el 90% de ellas estuvo de acuerdo en que sí; mientras que el 10% restante no lo estuvo debido al tiempo de operatividad que tienen, o la ubicación geográfica en la que se encuentran.

Anexo 17. Políticas Flexibles



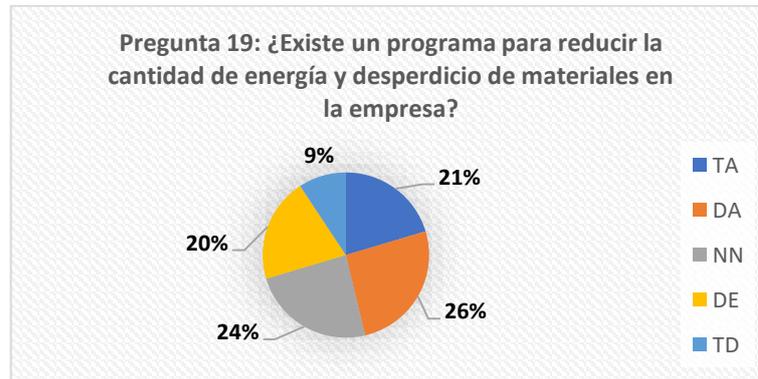
Al consultar si la compañía tenía políticas flexibles que le permiten a los empleados coordinar mejor su vida laboral y personal encontramos un Pareto ya que el 83% otorga este tipo de facilidades; considerando que casi todas las pymes son familiares, los resultados obtenidos son congruentes con la realidad cotidiana. Por otra parte, hay un 17% que no usa este tipo de estrategias debido al costo que representa para ellos.

Anexo 18. Contribuciones a organizaciones benéficas



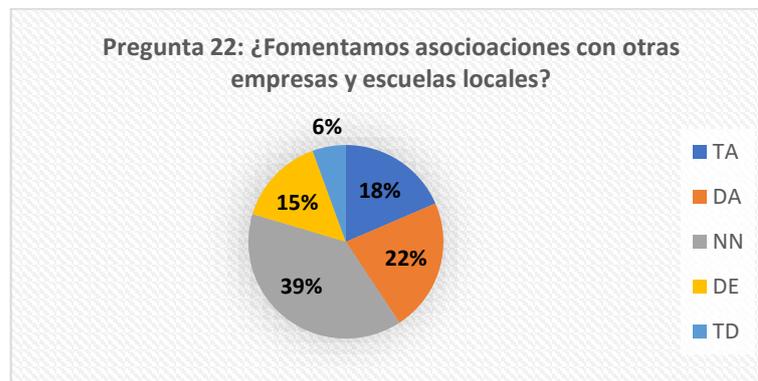
El 52% de las pymes considera que sí brinda ayuda a organizaciones benéficas; el 33% solo lo realiza cuando tienen buenas utilidades y el 15% justificó que, debido a la falta de liquidez, al tiempo en el mercado y a la pandemia no realizan estas acciones. Cabe destacar que las donaciones más comunes son: víveres, juguetes o materiales de construcción para reparación.

Anexo 19. Existencia de un programa de reducción de consumo y disminución de residuos



El 47% encuestado si tiene un programa de reducción del consumo de energía, del uso agua y desperdicio de materiales; el otro 24% no tiene un programa detallado, pero si se han dictado lineamientos de manera oral sobre las acciones mencionadas previamente. Mientras que el 29% no lleva un control del consumo de agua o luz, ni la cantidad de desperdicios en las actividades de la empresa, se limitan a confiar en los valores y principios éticos de sus colaboradores.

Anexo 20. Fomento de asociaciones con otras empresas y escuelas.



Las pymes encuestadas en un 40% si fomenta asociaciones con otras entidades con la finalidad de obtener mejores beneficios y descuentos. El 39% no se asocia con otras empresas o escuelas; sin embargo, si lo hace con personas de su localidad como los choferes de camionetas fleteras con las que tiene convenios o pactos verbales para la logística del negocio. Mientras el 21% no busca realizar este tipo de acciones por el trámite que representa y las implicaciones que puede tener.

Anexo 21. Modelo de Indicadores de RSE

Tabla 6. Modelo de Indicadores de RSE

Grupos de Interés	Indicadores Ethos	Objetivo	Responsable	Estrategia	Indicador	Tiempo de Ejecución	Control
Gerente	Compromisos éticos	Desarrollar un código de ética con los principios y valores que oriente a todos los integrantes de la organización.	Administración	Implementar el código de ética empresarial a todas las partes interesadas. (Cultura Organizacional)	Compromisos Éticos = (Compromisos éticos año anterior/Total de compromisos éticos año actual) x 100	Inmediato	Anual
Empleados	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	Determinar políticas de no discriminación que garantice la equidad de oportunidades en el trabajo.	Gerente	Determinar políticas basadas en los principios de diversidad y no discriminación.	Formación Laboral = (Horas de formación/Total de horas requeridas) x 100	Mensual	Semestral
Proveedores	Criterios de selección y evaluación de proveedores	Establecer una política de rse para la cadena de proveedores.	Gerente	Priorización de proveedores que evidencien sus buenas prácticas de RSE.	Criterio de compra: (Proveedores certificados/Total de proveedores) x 100	Mensual	Mensual
Clientes	Política de Comunicación Comercial	Establecer canales de comunicación que permitan determinar las necesidades, satisfacción del cliente y a su vez le proporcione información de las iniciativas de rse aplicadas por la empresa.	Gerente/Publicista	Realizar campañas por medio de la página web de la empresa y redes sociales para dar a conocer imagen, historia, principios, valores, productos, etc.	Atención al cliente: (Quejas año anterior/Total de quejas año actual) x 100	Mensual	Anual
					Satisfacción del cliente: (Cantidad clientes año anterior/Total de clientes actuales)	Mensual	Anual