



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA HACIENDA SAN GERMAN III EN EL CANTON
MILAGRO**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PARA EL TÍTULO DE
INGENIERA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

AUTOR:

MARIA AUXILIADORA ALVAREZ ORDOÑEZ

TUTOR:

JOHN CHIRIBOGA YCAZA

SAMBORONDÓN, ENERO DE 2014



DEDICATORIA

Esta tesina se la dedico a Dios por tantas bendiciones, siendo una de ellas el permitirme llegar hasta donde he llegado, culminando mi carrera universitaria.

A mis padres Milton y Martha, por darme su apoyo y paciencia incondicional en este recorrido universitario y poder alcanzar mi sueño anhelado, ser una profesional.

A mis hermanas y mis amigas de la universidad por la motivación y sustento brindado durante estos años.

De igual manera, a mi abuelo Germán Álvarez, por ser una persona admirable y mi ejemplo a seguir, un hombre con el carácter y la constancia necesaria para alcanzar cada una de sus metas; sus enseñanzas me han ayudado a ser la persona que soy.

A mi tutor de tesina, Ing. John Chiriboga por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos y experiencia ha logrado que pueda realizar el presente documento académico con un nivel de excelencia.



Índice

DEDICATORIA.....	I
ÍNDICE.....	II
INDICE DE TABLAS.....	V
INDICE DE ILUSTRACION.....	VI
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO I.....	5
1. PRESENTACION DEL PROBLEMA.....	5
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2 Objetivo de la Investigación.....	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.....	6
1.3 Justificación y Delimitación (Alcance).....	6
1.4 Hacienda San Germán III.....	9
1.4.1 Antecedentes.....	9
1.4.2 Misión.....	10
1.4.3 Visión.....	10
1.4.4 Análisis FODA de la empresa.....	10
1.4.5 Ubicación geográfica de la empresa.....	11
1.4.6 Estructura Organizacional.....	12
1.5 Estudio Social, Económico y Comercial de la zona de influencia de la Hacienda San Germán III (Milagro y Provincia del Guayas).....	13
1.5.1 Social: Estudio, Evaluación y Resultados obtenidos en la Hacienda San Germán III.....	13
1.5.2 Económico: Estudio, Evaluación y Resultados obtenido en la Hacienda San Germán III ..	32
1.5.3 Comercial: Estudio, Evaluación y Resultados Obtenidos en la Hacienda San Germán III .	42
CAPITULO II.....	44
2. MARCO TEORICO.....	44



2.1	Marco Referencial.....	44
2.1.1	RSE: Historia, Evaluación y sus componentes de RSE	44
2.1.2	Fundamentos y principios de la RSE.....	45
2.1.3	Bases de la Responsabilidad Social Empresarial	48
2.1.4	Evaluación de RSE	50
2.1.5	Componentes de la RSE	51
2.1.6	RSE en Ecuador.....	52
2.1.7	Organismos Nacionales que se Fomentan en la RSE.....	53
2.1.8	Responsabilidad Social Empresarial vs Empresa Familiar	55
2.1.9	Triple Rentabilidad y Medición de Resultados de la RSE	56
2.1.9.1	Rentabilidad Económica	56
2.1.9.2	Rentabilidad Social	57
2.1.9.3	Rentabilidad Ambiental	57
2.1.10	GRI: Global Reporting Initiative	57
2.2	Marco Conceptual	60
	CAPITULO III.....	63
3.	METODOLOGIA.....	63
3.1.	Marco Metodológico.....	63
3.2.	Diseño de la investigación	63
3.3	Componentes de la RSE.....	64
3.3.1.	Ética y el Buen Gobierno Corporativo.....	65
3.3.2.	Público Interno (Calidad de Vida Laboral).....	66
3.3.3.	Medio Ambiente	69
3.3.4.	Proveedores (Cadena de Valor)	70
3.3.5	Comunidades	71
3.3.6.	Política Pública (Relación con consumidores).....	73
	CAPITULO IV	75
4.	RESULTADOS	75
4.1	Procesos del diseño de un Plan de Acción de RSE en la Hacienda San Germán III en el Cantón Milagro	75
4.2	Análisis de los problemas y potencialidades de la Hcda. San Germán III en su entorno	75
4.3.	Identificación de las fases de implementación del Plan de Acción de RSE y objetivos de corto y mediano plazo	79
4.4.	Diagnóstico de RSE	80
4.5	Resultados obtenidos de RSE	80
4.5.1	Componente Ética y Buen Gobierno Corporativo	80
4.5.2	Componente Calidad de vida y laboral	82
4.5.3	Componente de Cadena de Valor(Proveedores)	83
	Elaboración: Álvarez, M.	83
4.5.4	Componente relación con consumidores (Marketing Responsable- Consumo Responsable)	85
4.5.5	Componente Comunidad	86
4.5.6	Componente Medioambiente	88
4.6	Diseño de un Plan de Acción de RSE para la Hcda San Germán III, ubicada en el cantón Milagro	89



4.6.1 Plan de Acción Enfocado en Cada Eje Temático de la RSE de la Hcda. San German III.	90
4.6.1.1 Ética y Buen Gobierno Corporativo.....	91
4.6.1.2 Calidad de Vida Laboral.....	94
4.6.1.3 Cadena de Valor.....	98
4.6.1.4 Comunidad.....	99
4.6.1.5 Medio Ambiente	103
4.7 Fase de Evaluación y Medición de Resultados del Plan de Acción.....	105
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFIA.....	115
ANEXOS	117



INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Hectáreas sembradas en el Ecuador (2003)	36
Tabla 2: Productores y áreas inscritas en el MAGAP por provincia, periodo 2011	37
Tabla 3 Compañías exportadoras de banano en Ecuador, período 2012	40
Tabla 4: Principales marcas de banano en Ecuador periodo 2012.....	41
Tabla 5: Exportaciones del Banano del Ecuador	43
Tabla 6: Evolución de la RSE.....	51
Tabla 7: Plan de Acción en Ética y Buen Gobierno Corporativo	90
Tabla 8: Plan de Acción en Calidad de Vida	94
Tabla 9: Plan de Acción en la Cadena de Valor.....	98
Tabla 10: Plan de Acción en la Comunidad.....	100
Tabla 11: Plan de Acción del Medio Ambiente	103
Tabla 12 ESQUEMATIZACION DE LA VIABILIDAD DEL TEMA	113



INDICE DE ILUSTRACION

Ilustración 1: Modelo de Responsabilidad Social Empresarial.....	4
Ilustración 2: Integración de RSE	8
Ilustración 3: Estructura Organizacional.....	12
Ilustración 4: Género de los Participantes.....	15
Ilustración 5: Edad de los participantes	15
Ilustración 6: Más alto grado de Educación.....	16
Ilustración 7: Población	16
Ilustración 8: Miembros de la familia	17
Ilustración 9: Edades de los miembros de la familia.....	17
Ilustración 10: Incorporación de la vivienda.....	18
Ilustración 11: Situación de Vivienda.....	18
Ilustración 12: Salud	19
Ilustración 13: Máximo Nivel Educativo.....	19
Ilustración 14: Centros educativos cercanos	20
Ilustración 15: Centros educativos cercanos.....	20
Ilustración 16: Agua.....	21
Ilustración 17: Energía Eléctrica.....	21
Ilustración 18: Telefonía	22
Ilustración 19: Vías acceso transitables a la población.....	22
Ilustración 20: Tipo de vehículo	23
Ilustración 21: Empleo de los miembros de la Familia.....	23
Ilustración 22: Número de personas que trabajan de la familia	24
Ilustración 23: Tipo de empleo	24



Ilustración 24: Número de familiares dedicados a la agricultura.....	25
Ilustración 25: Nivel escolar de los hijos	25
Ilustración 26: Prioridad de los problemas locales	26
Ilustración 27: Mapa del Cantón de Milagro	32
Ilustración 28: Porcentaje del área de cultivo por producto.....	34
Ilustración 29: Producción por país de Cajas/Ha/Año.	38
Ilustración 30: Grupo de Interés.....	52
Ilustración 31: Modelo Estratégico de RSE.....	64
Ilustración 32: Matriz de Interés/ Poder.....	72
Ilustración 33: Matriz de Interés/ Poder de la Hacienda San German III	78
Ilustración 34: Modelo de Fundación Prohumano	79
Ilustración 35: Subcomponentes de Ética y Buen Gobierno Corporativo, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	80
Ilustración 36: Ética y Buen Gobierno Corporativo, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	81
Ilustración 37: Subcomponentes de Calidad de Vida laboral, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE.....	82
Ilustración 38: Calidad de Vida laboral, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	83
Ilustración 39: Subcomponentes de Cadena de Valor, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	83
Ilustración 40: Cadena de Valor, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	84
Ilustración 41: Subcomponentes de Relación con Consumidores, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE.....	85
Ilustración 42: Relación con Consumidores, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE ...	86
Ilustración 43: Subcomponentes de Comunidad, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	86
Ilustración 44: Comunidad, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE.....	87



Ilustración 45: Subcomponentes de Medio ambiente, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	88
Ilustración 46: Medio ambiente, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE	88
Ilustración 47: Pirámide de fertilizantes	110



RESUMEN

En la actualidad, muchas empresas agrícolas no consideran necesarias la implementación de un plan comprometido con el bienestar del medio ambiente, así como sostener un firme compromiso social y económico.

La Hacienda San Germán III ubicada en el cantón Milagro, provincia del Guayas, se dedica a la producción de banano de exportación, y al igual que las empresas mencionadas anteriormente, no cuenta con un modelo estratégico de planeación e implementación de responsabilidad social empresarial, el cual permitiría a la empresa en mención, que sus acciones, proyectos y toma de decisiones, en general, estén basadas en el principio y filosofía de mejorar la calidad de vida de sus terceros, siendo estos: accionistas, colaboradores, proveedores, clientes, consumidores finales, la comunidad, las futuras generaciones, aminorando la afectación ambiental.

El presente trabajo tiene como objetivo, conocer y analizar los problemas y potencialidades de una empresa familiar para más tarde desarrollar un proceso de planeación e implementación de Responsabilidad Social Empresarial en ella.

La metodología a utilizar radica en la herramienta “Fundación Pro Humana” de Chile, adaptada a la realidad de la Hacienda San Germán III. Este instrumento se concentró en el estudio social, económico y ambiental de esta empresa; lo cual facilitó conocer, observar y analizar la situación actual de la misma.

Luego de haber realizado la implementación de esta herramienta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se obtendrá como resultado adquirir una forma responsable en cumplir normas existentes, y al poner estas en práctica, se logrará mejorar el desempeño de los trabajadores, optimizar procesos y maximizar rentabilidades.



INTRODUCCIÓN

El sector agrícola es fundamental para el desarrollo de la economía, por lo que es esencial que este tome en cuenta el impacto social y ambiental que causa en el desarrollo de sus actividades, pues el manejo equilibrado del mismo, a su vez, permitiría generar una efectiva sostenibilidad corporativa.

El objetivo de la Responsabilidad Social Empresarial es que las empresas se encarguen de velar por el bienestar común, del empleador-empleado, y además la relación con sus terceros, tales como con sus proveedores, clientes, colaboradores, medio ambiente, etc.

En si la RSE gira entorno a seis ejes temáticos: Valores y Principios Éticos, Calidad de vida Laboral, Cadena de Valor, Protección al Medio Ambiente, Marketing Responsable y Comunidad. Lo que la empresa busca con la implementación de este modelo es establecer una estrategia, y a su vez, una base comprometida a respetar y promover estos seis ejes temáticos.

La RSE permite la creación de valor compartido; el mismo que comienza con cada persona en las variadas áreas: oficinas, bodegas, campo, planta, etc., lo que estas personas proyectan ante la sociedad, sustentándose en valores corporativos sólidos, no negociables.

Ya sea a través de proyectos de desarrollo en las comunidades, o por medio de planes para preservar el medioambiente, o quizás con la adopción de políticas justas con los empleados; el caso es que la RSE es cada vez un concepto más cercano para las empresas ecuatorianas.

El hecho de que las Pymes, (pequeñas y medianas empresas) no hayan implantado la Responsabilidad Empresarial como pilar principal de su actividad se debe a que las empresas de nuestro país buscan en primer lugar alcanzar niveles de



ingresos y ventas y en otros casos generar el flujo de dinero necesario para subsistir; a pesar de que el modelo de RSE les proporciona orden y viabilidad para potenciar económica, social y ambientalmente el naciente negocio, de manera paralela, pues les resulta complicado evaluar este modelo en empresas de tales características, ya que sus esfuerzos y su enfoque están en generar-aumentar las ventas, e índices de rentabilidad económica, a diferencia de las medianas y grandes empresas que, conscientes de que para la creación y sostenibilidad de valor de las mismas, es imperativo contar con un modelo de implementación de RSE.

Es importante destacar, que el modelo es ya una herramienta de competitividad que puede ser empleada por las empresas para lograr más clientes, o fidelizar a los que ya tiene, por ende generar más ganancias y a la vez trabajar por la sociedad. (Argandoña, 2009)

En base al modelo mencionado, la presente tesina consiste en desarrollar un Diseño de modelo Piloto de RSE en la Hacienda San Germán III en el cantón Milagro; el mismo que se encuentra dividido 4 capítulos:

En el primer capítulo se muestra detalladamente el entorno de la empresa mediante: un análisis del planteamiento del problema, objetivo a alcanzar, justificación e investigaciones realizadas acerca de las variables de esta tesina.

En el segundo capítulo, se muestra el marco referencial y conceptual, donde se muestra teóricamente acerca de la responsabilidad social empresarial, su historia y componentes, con el fin de determinar un análisis que servirá como guía a implementar en la empresa agrícola San Germán III.

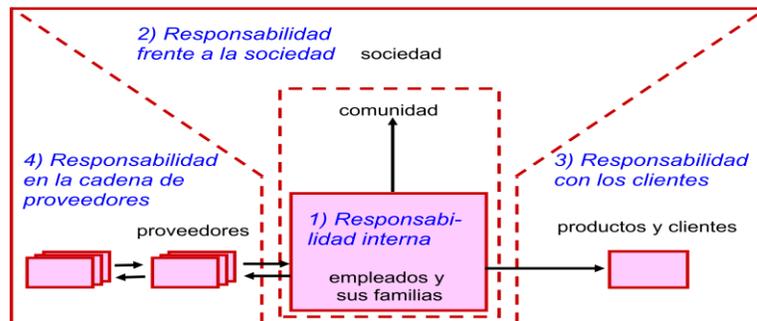
En el tercer capítulo, se encuentra la metodología que se utilizó para el desarrollo de la tesina, para así alcanzar los objetivos propuestos. Y las



potencialidades de los problemas, y ser ejecutados e implementados en el modelo piloto de responsabilidad social empresarial para la hacienda.

En el cuarto capítulo, se observan los resultados mencionados de la RSE y poner en marcha al funcionamiento de las recomendaciones y conclusiones obtenidas en el transcurso de la tesina.

Ilustración 1: Modelo de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: (Kunze)

Como explica la Grafica #1, la RSE inicia internamente en la empresa con los empleados y sus familias, por la sencilla razón que los empleados satisfechos generan mejores resultados hacia la comunidad, clientes y proveedores, y a su vez generan mayor rentabilidad para la empresa.



CAPITULO I

1. PRESENTACION DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La Hacienda San Germán, actualmente no posee un modelo estratégico de planeación de RSE, el cual permitiría mejorar la calidad de producción y el bienestar de todos los que actores que intervienen en este proceso, como los clientes, proveedores, trabajadores, etc.

En el caso de una empresa productora bananera, es indispensable seguir procedimientos de control debido al constante uso de químicos para fumigaciones de la plantación, que tienen como consecuencia un fuerte impacto en el medio ambiente y evidentemente en las comunidades cercanas a las haciendas, pudiendo causar graves afectaciones en los habitantes de estas zonas.

Desde el 2004, la Hacienda San Germán III cuenta con el certificado de trazabilidad internacional GLOBAL GAP, el cual es exigido por las empresas exportadoras a la que la fruta es vendida. Para la obtención del mismo se ha realizado una serie de auditorías internas y externas este hecho nos da a entender que en lo que respecta al proceso de producción todo se encuentra documentado y en orden. A pesar de no tener implementado el modelo de RSE, el certificado GLOBAL GAP., ya es un importante antecedente que da cuenta del manejo responsable del impacto y compromiso social por parte de la empresa, principio que establece la RSE integral.

La empresa tiene conciencia acerca del cuidado del medio ambiente y el manejo de desechos, pero para una empresa que tiene 60 años en el mercado, no es suficiente, más aun si esta pretende implementar un modelo de RSE, el mismo que exige altos estándares y niveles de cuidado y compromiso con el medio ambiente.



Los altos mandos de la compañía, después de un análisis del mercado competitivo en el que se desenvuelve, ven imperativa la necesidad de realizar una consultoría y evaluar la RSE y poder darse cuenta de las falencias que esta empresa tiene en todos los aspectos que abarcan este enfoque, y más tarde crear la respectiva planeación de un programa que ayude a mejorar estas falencias; vale resaltar que para esto se deben establecer medidas de control y medición de resultados del proyecto a seguir.

1.2 Objetivo de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Diseño de un Plan de Acción de Responsabilidad Social Empresarial en una Empresa Familiar Agrícola en el cantón Milagro.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Analizar los problemas y las potencialidades de la empresa familiar en su entorno.
2. Identificar fases de implementación del modelo de Plan de Acción de RSE y objetivos de corto y mediano plazo
3. Diseñar un plan de acción de RSE para la Hacienda San Germán ubicada en el cantón Milagro, provincia del Guayas.

1.3 Justificación y Delimitación (Alcance)

La razón por la cual se escogió este tema es debido a que la empresa agrícola San Germán III no cuenta en la actualidad con la política y por lo tanto, el modelo de implementación de RSE, siendo este esencial para la creación de valor de esta empresa en crecimiento. Por otro lado, el desenvolvimiento de la empresa no está basado en una filosofía ética escrita y definida.



Al no contar con este modelo a seguir, es evidente que la empresa no tiene una estructura empresarial fuerte, por lo que es imperativo llevar a cabo los objetivos específicos propuestos para así ejecutar un plan de acción eficiente para obtener los resultados deseados para la organización, tales como mejorar cada uno de los procesos en los que incurre la administración y el proceso de producción de la empresa, mejorar y enfocar los esfuerzos en alcanzar una producción agrícola comprometida social y ambientalmente y establecer vías de comunicación con las partes interesadas que intervienen en la empresa (stakeholders).

La delimitación consiste en implementar un modelo de RSE en la empresa agrícola San Germán III, ubicada en la ciudad de Milagro. Implementando de manera ideal los cinco ejes temáticos que abarcan la RSE, siendo estos:

La Ética Empresarial, que define la importancia de adquirir valores y establecer una vía de comunicación efectiva entre los grupos de interés para sostener el desarrollo de la empresa, partiendo desde la satisfacción de los empleados. Por otro lado, el Gobierno Corporativo, que da sustento a las funciones administrativas y operativas de la empresa, garantizando la calidad, el bienestar común con los stakeholders.

La Calidad de Vida Laboral, habla acerca de los recursos necesarios que se emplean para establecer los programas de salud y ofrecer capacitación a los empleados para aclarar los conocimientos técnicos relacionados a las funciones. Además de velar por mejorar las condiciones de vida de las familias de los trabajadores.

La cadena de Valor, se refiere a la importancia de mantener una excelente relación con los proveedores, fortalecer la misma estableciendo vías de comunicación necesarias. Sostener una relación basada en la filosofía de ganar-ganar, donde las partes involucradas sean beneficiadas mutuamente.

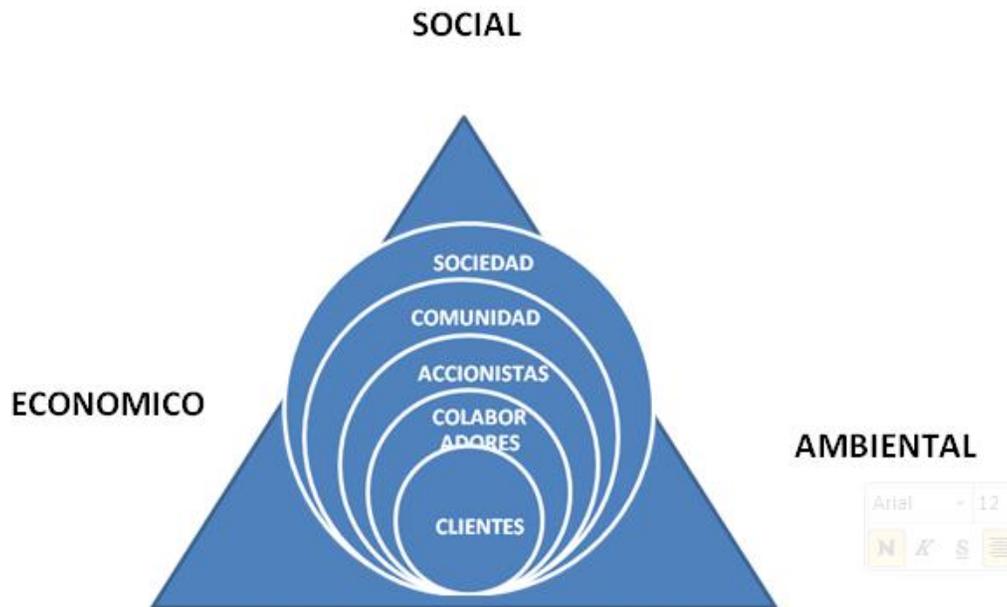


El marketing responsable permite que los consumidores observen los procesos de los productos, identificando altos estándares de calidad, higiene e inocuidad alimentaria; así, su consumo se tornara más confiable y seguro.

En la comunidad, la empresa debe prever la identificación de los grupos de interés y las actividades que realizan, de tal manera que estos generen impacto positivo en lo social, ambiental y económico.

En lo ambiental, como su nombre lo dice, abarca temas de manejo ambiental, particularmente en la prevención de desechos tóxicos, utilización de químicos, entre otros que puedan afectar al ciclo medio ambiental. Se revisa el cumplimiento responsable del impacto del sistema de gestión sobre el medio ambiente y la injerencia a las comunidades cercanas a la empresa agrícola.

Ilustración 2: Integración de RSE



Elaboración: Alvarez, M.



1.4 Hacienda San Germán III

1.4.1 Antecedentes

La Hacienda San Germán III, es una empresa dedicada a la producción bananera, desde 1983. Está a cargo del “Grupo Álvarez”, en el mercado ecuatoriano, este grupo empresarial lo conforman cuatro socios, que administran fincas: una en La Troncal, dos En Milagro; y tres en El Triunfo.

La hacienda San German III esta ubicada en el cantón Milagro, consta de 80 hectáreas; y se encarga de producir y empaquetar banano bajo un proceso de producción convencional y en lo posterior para la comercialización de aproximadamente 4800 cajas de banano semanales a la compañía exportadora Firesky¹. Se ha caracterizado por sus valores morales y máximos estándares de calidad que han permitido entregar al consumidor final un banano de primera que satisfaga las necesidades y exigencias del mercado internacional, con un personal e infraestructura responsable con el ecosistema.

En la actualidad, por normas reglamentarias, la Hacienda San Germán III cuenta con un Certificado de Trazabilidad para que su producto pueda ser exportado, este se lo adquirió mediante un proceso productivo que incluye: siembra, labores de mantenimiento, cosecha, empaque y transporte. Se miden a traves de auditorías internas y externas en lo que respecta estrictamente con el proceso de la fruta en sí, como la producción, la calidad, etc., revisa detenidamente en orden la documentación y el impacto de la produccion sobre la sociedad.

La empresa no cumple con un modelo de RSE que colabore a llevar un mejor funcionamiento y crecimiento de la misma, por lo que es necesaria la implementación de practicas de responsabilidad social corporativa, que se detallarán más adelante, que actualmentne no llevan a cabo.

¹ **Firesky:** empresa exportadora de banano, la misma que comercializa la fruta en países del continente europeo, como Francia, Rusia y Hansenburgo.



1.4.2 Misión

Ser una empresa dedicada a la producción del banano con alta calidad para la exportación, y a la vez comprometida en el bienestar del entorno laboral, social y ambiental.

1.4.3 Visión

Ser reconocidos como una empresa exportadora de banano de calidad en el producto, ampliando nuestra posición en el mercado internacional.

1.4.4 Análisis FODA de la empresa

Fortalezas

- Tiene un enfoque ecoamigable y de constante mejoras en el ambiente de trabajo.
- Varios años de experiencia en el mercado
- Reconocida por su seriedad con los clientes
- Excelentes relaciones con sus proveedores
- Alta producción de calidad
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Se asegura la transparencia y veracidad de la información
- Control a lo largo de la cadena de producción

Oportunidades

- Posibilidad de producción de otra línea de productos
- Logística aplicada para los empleados.

Debilidades

- Falta de disciplina de los trabajadores



- Falta de acuerdos de procedimientos administrativos
- No cuenta con la mejor tecnología en las áreas de producción.
- Escaso personal capacitado para las labores administrativas en la zona.
- Informalidad en sus actividades.
- Falta de capacitación continua al personal

Amenaza

- Combinación de decisiones familiares con empresariales
- Centralización de Poder
- Limitación de Capital
- Varios productores bananeros cuentan con algún tipo de certificación social y/o ambiental y la Hacienda San Germán aún no.
- El cambio climático es un factor puede afectar la producción de banano.

1.4.5 Ubicación geográfica de la empresa

Ubicación

La Hacienda San Germán III se encuentra ubicada dentro de la provincia de Guayas en el cantón Milagro, en el Km. 7 – Barcelona. Su perfecta ubicación permite realizar actividades del proceso de producción y planta empacadora con mayor rapidez y eficiencia.

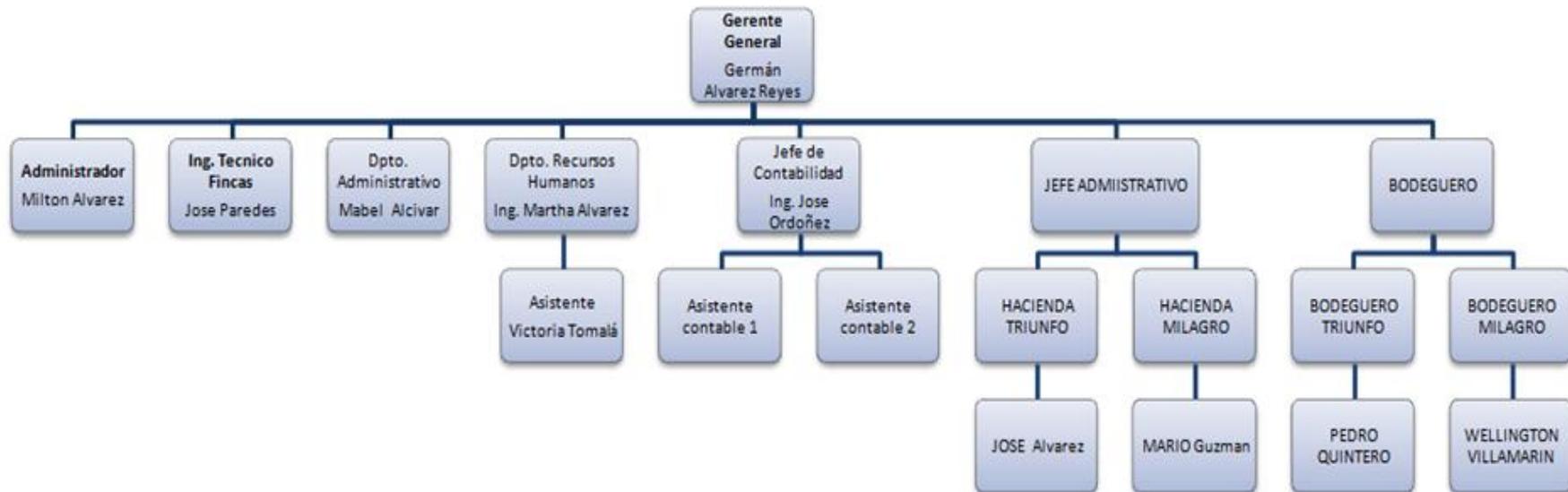
Oficinas

Esta ubicada dentro de la provincia del Guayas en el cantón El Triunfo, en el km 7 ½ vía El Triunfo – Bucay.



1.4.6 Estructura Organizacional

Ilustración 3: Estructura Organizacional



Elaboración: Álvarez, M.

1.5 Estudio Social, Económico y Comercial de la zona de influencia de la Hacienda San Germán III (Milagro y Provincia del Guayas)

Información General de la Empresa

Nombre o Razón Social: Hacienda San Germán III

Actividad: Agrícola

Actividad Agrícola: Cultivo de Banano

Ubicación del proyecto: La Hacienda San Germán III se encuentra ubicada dentro de la provincia de Guayas en el cantón Milagro, en el Km. 7 – Barcelona. Debido a una muy buena ubicación le permite realizar actividades del proceso de producción; a la vez, existen otras haciendas dedicadas al cultivo del banano y cacao cercana a la zona.

Este estudio permite conocer a profundidad la situación actual de la empresa, a la vez, adquirir los procesos analíticos con respecto al cantón Milagro. Luego de realizar el respectivo estudio se podrá proponer medios a realizar para beneficio de la hacienda y de su entorno, Milagro.

A continuación los estudios social, económico y comercial de la zona.

1.5.1 Social: Estudio, Evaluación y Resultados obtenidos en la Hacienda San Germán III

Estudio Social

Este estudio se desarrollará mediante un proceso objetivo, para conocer acerca de las condiciones y la calidad de vida; para esto se evaluará y medirá los ámbitos como seguridad, vivienda, salud, educación, servicios básicos, empleo y salarios. Además, se realizará un estudio, para lograr un diagnóstico real de cada uno de los sectores en los que se desempeña la empresa, y darle prioridad a los sectores más débiles o que presenten mayor deficiencia.

Localización

Hacienda San Germán III en el Cantón Milagro

Ubicación o sitio del predio:

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Parroquia: Milagro

Recinto: La Pila

Vía: Milagro km. 7 - Barcelona

Población de la investigación

La Hacienda San Germán III es una de las seis fincas bananeras que se encuentran ubicadas en la provincia del Guayas, en las que existe un grupo humano, conformado de 44 trabajadores incorporados, quienes tienen un fuerte compromiso con la compañía y el sector donde desarrollan sus actividades.

Herramienta utilizada

Para conocer a profundidad acerca de la realidad en la que viven los trabajadores que integran la hacienda se realizó una encuesta. Esta se realizó con la finalidad de determinar aspectos a trabajar y mejorar para la implementación de la RSE.

Luego de haber realizado las tabulaciones respectivas de las encuestas, se examinará la información y más adelante se observará detalladamente los resultados obtenidos por la misma.

Anexo 1. Matriz de tabulaciones de las encuestas.

Fecha de la encuesta: 27 de septiembre del 2012

Cantidad de personas encuestadas: 44

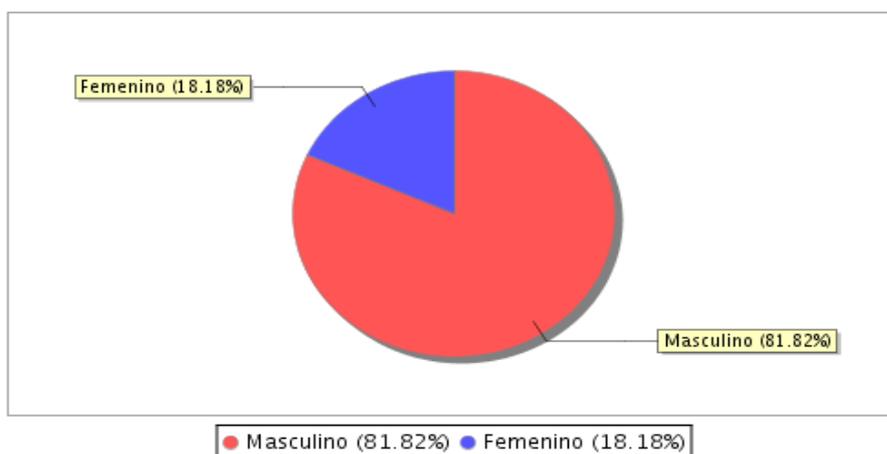
Resultados Estadísticos

A continuación se muestran los resultados de las encuestas realizadas. Estos resultados se han clasificado de las siguientes maneras: Población, Infraestructura social, infraestructura física, viabilidad, transporte, empleo, familiar, producción y población social.

INFRAESTRUCTURA SOCIAL

Población

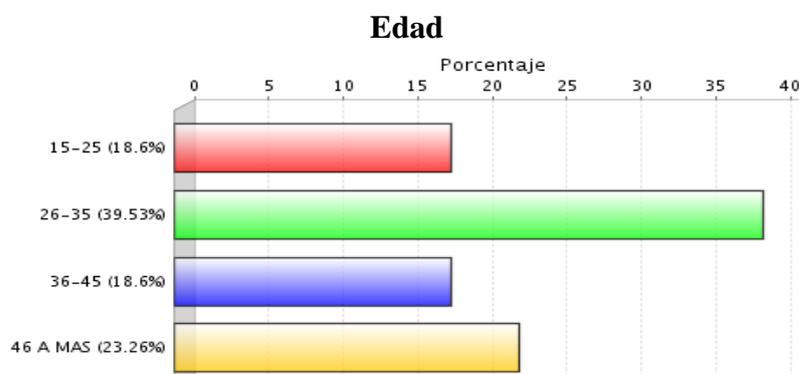
Ilustración 4: Género de los Participantes



Elaboración: Álvarez, M.

La Hacienda San Germán III cuentan con 36 varones y de 8 Mujeres desarrollando diversas actividades laborales.

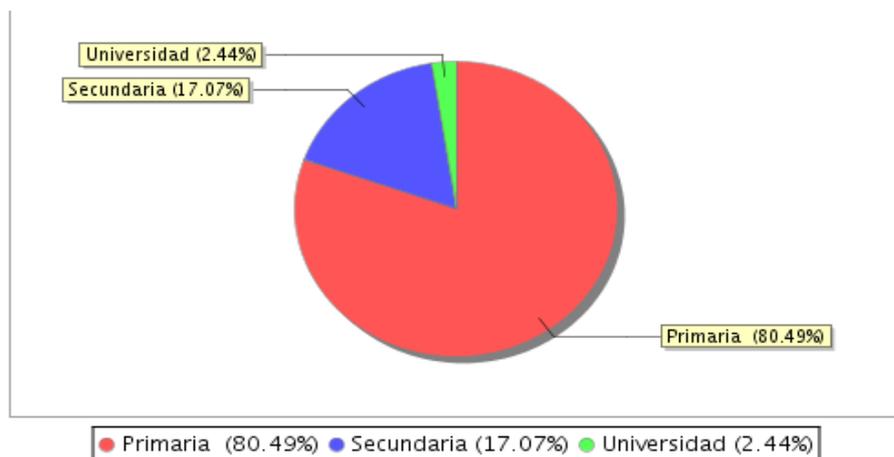
Ilustración 5: Edad de los participantes



Elaboración: Álvarez, M.

Este gráfico nos muestra la edad de la población. Se indica que el mayor porcentaje está entre la edad de 26-35 años, mientras que el menor porcentaje está entre la edad 36-45 años.

Ilustración 6: Más alto grado de Educación

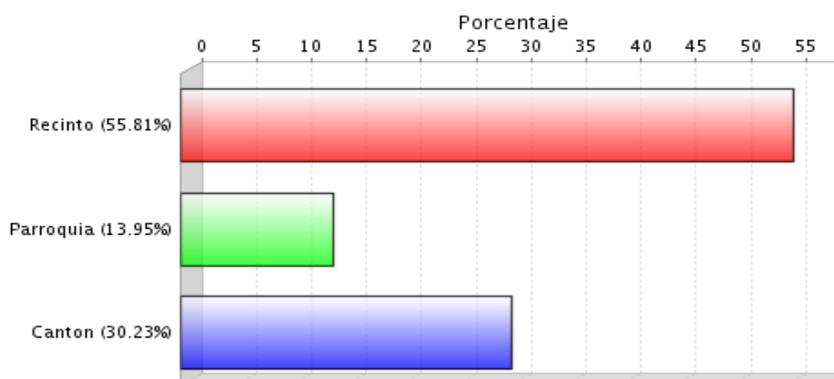


Elaboración: Álvarez, M.

Este gráfico muestra que la mayoría de la población tan solo realizó estudios de primer nivel (80.49%).

Ilustración 7: Población

Población en la que vive:

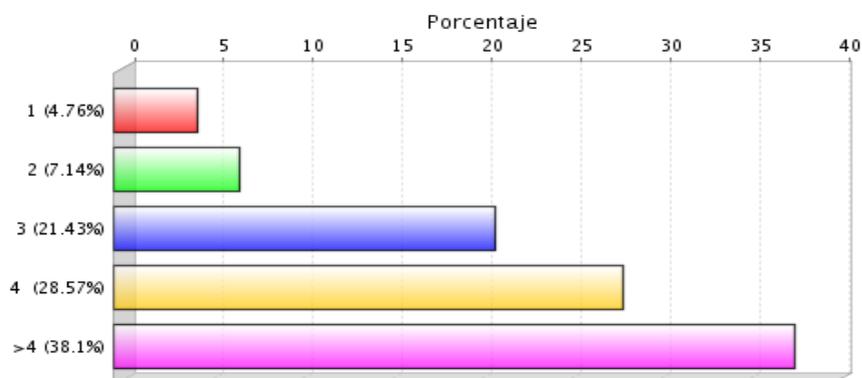


Elaboración: Álvarez, M.

El 55.81% de los entrevistados viven en recintos, 30.23% en cantón y 13.95% en parroquia.

Ilustración 8: Miembros de la familia

¿Cuántos miembros viven en su casa?

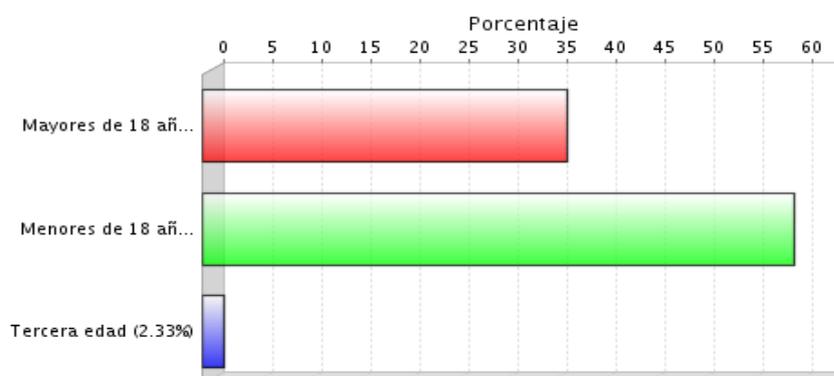


Elaboración: Álvarez, M.

De la gráfica anterior se concluye que la mayoría de trabajadores de la hacienda San German III, tienen familias numerosas, de 4 miembros en adelante.

Ilustración 9: Edades de los miembros de la familia

Número de miembros de familia



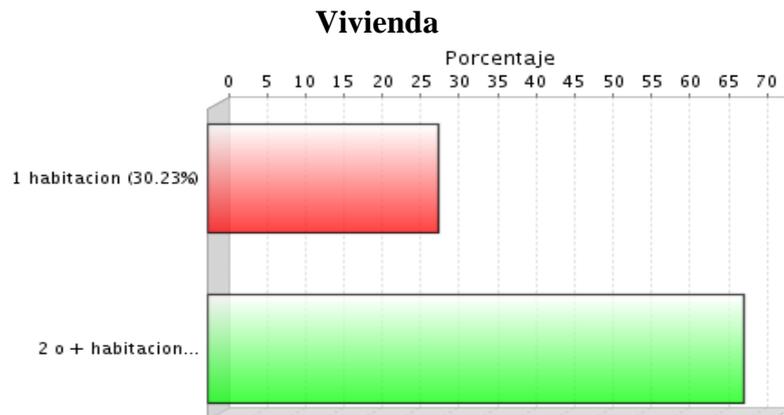
Elaboración: Álvarez, M.

Gran parte de los entrevistados cuentan con familiares menores de 18 años habitando con ellos.

INFRAESTRUCTURA SOCIAL

Servicios básicos

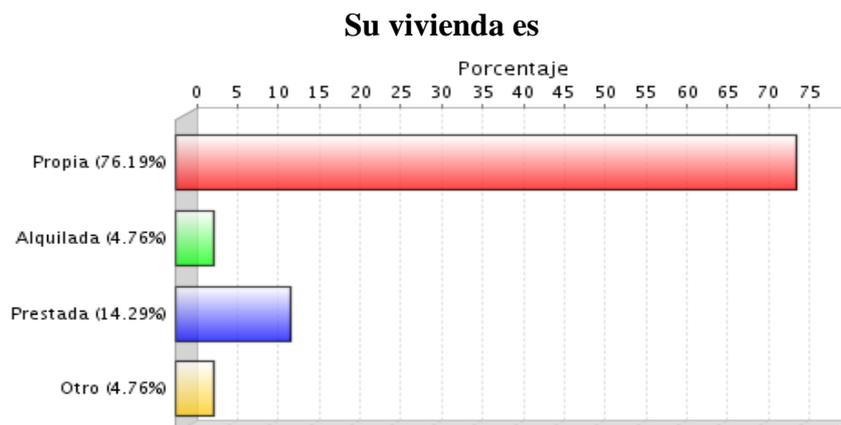
Ilustración 10: Incorporación de la vivienda



Elaboración: Álvarez, M.

La gráfica nos muestra que los entrevistados habitan en una vivienda de dos habitaciones en adelante.

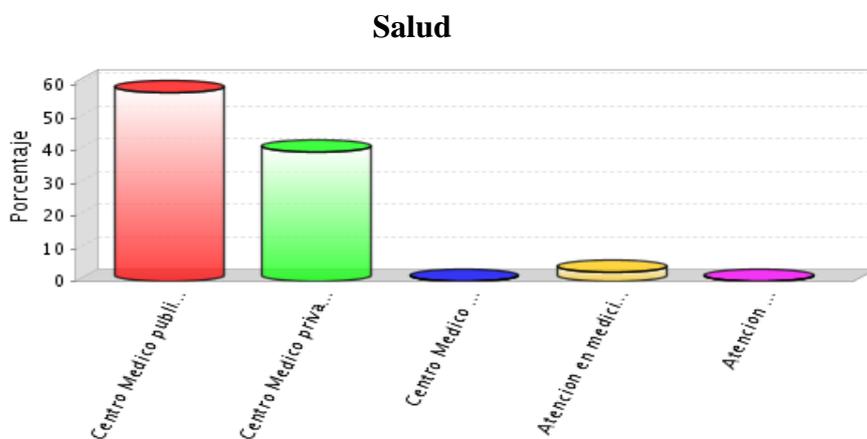
Ilustración 11: Situación de Vivienda



Elaboración: Álvarez, M.

En esta gráfica se demuestra que la mayoría de entrevistados habitan en casa propia, 76.19%, y la diferencia, 23.81%, en casas arrendadas, prestadas, y compartidas.

Ilustración 12: Salud

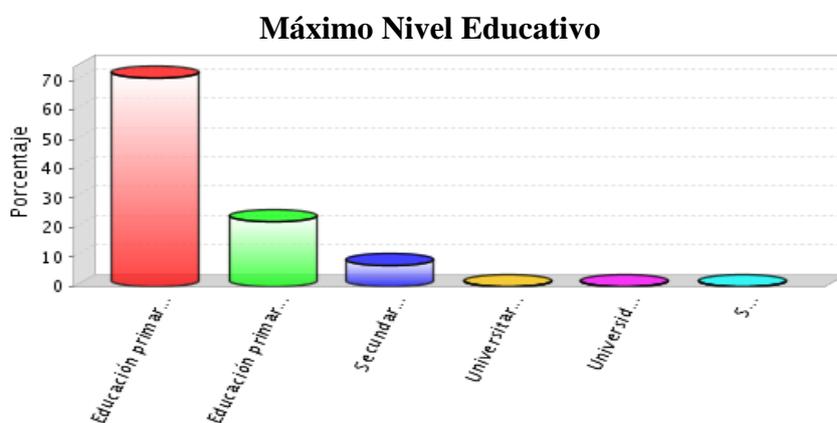


Elaboración: Álvarez, M.

El mayor porcentaje de personas encuestadas cuentan con un centro médico público cercano, un 57.89%.

Educación

Ilustración 13: Máximo Nivel Educativo

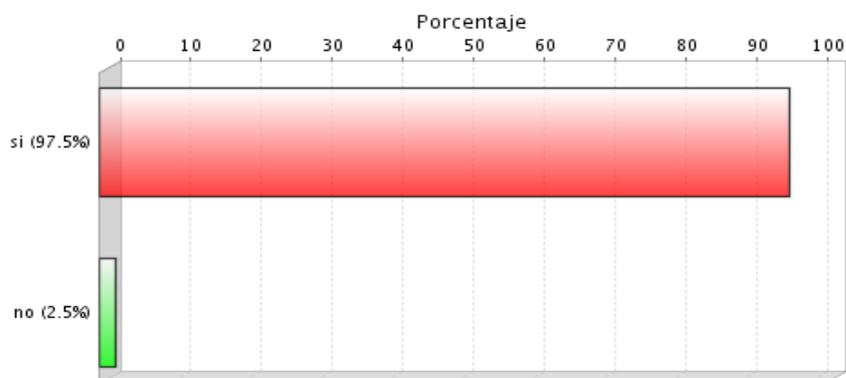


Elaboración: Álvarez, M.

La mayoría de la población alcanzó estudios primarios completos (70.73%).

Ilustración 14: Centros educativos cercanos

Tiene centros educativos cercanos

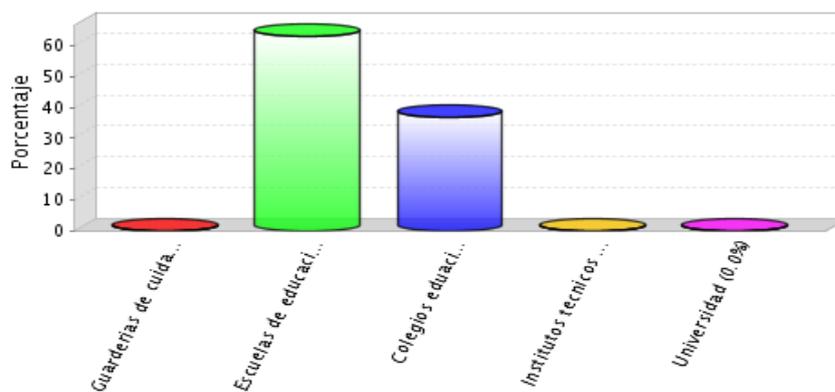


Elaboración: Álvarez, M.

El 97,5% de los encuestados si cuenta con centros educativos cercanos.

Ilustración 15: Centros educativos cercanos

Eliga los centros educativos cercanos



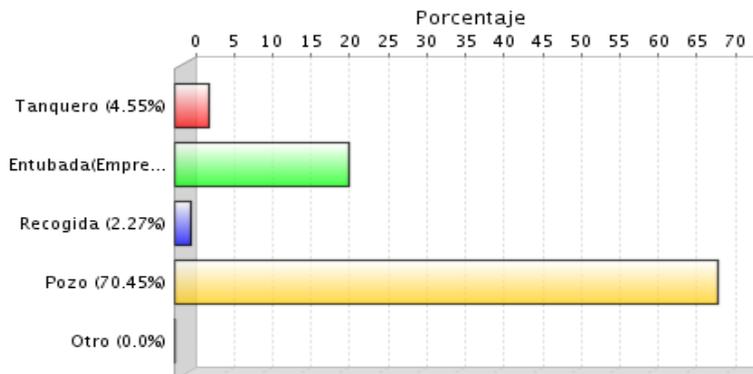
Elaboración: Álvarez, M.

El 60% de la población cuenta con escuelas de educación básicos cercanas.

INFRAESTRUTURA FISICA

Ilustración 16: Agua

Agua

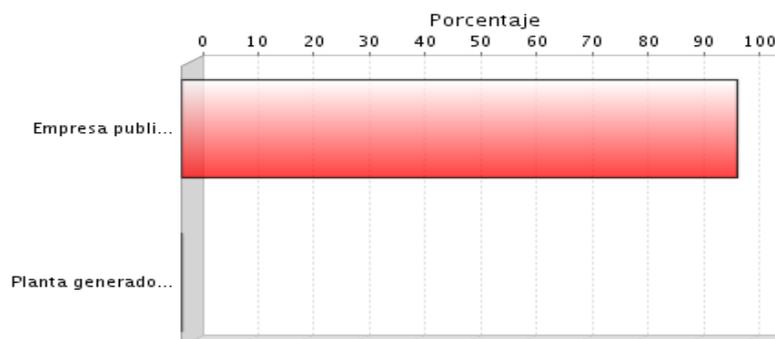


Elaboración: Álvarez, M.

Esta gráfica muestra que la población cuenta con pozos (70,45%) para el uso y consumo de agua.

Ilustración 17: Energía Eléctrica

Energía Eléctrica

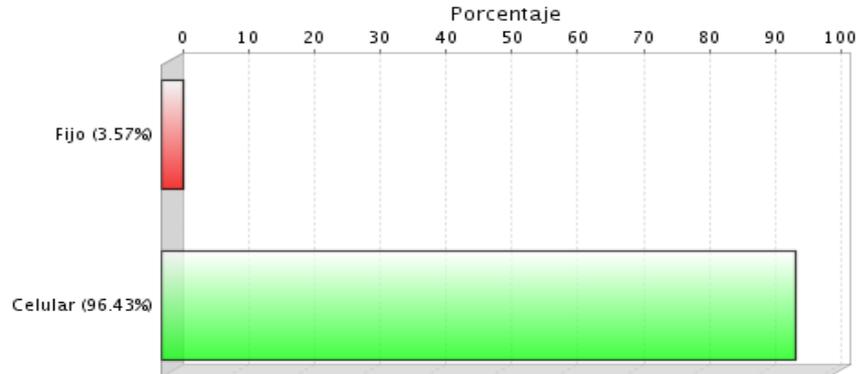


Elaboración: Álvarez, M.

El 90,5% de la población cuenta con energía eléctrica en un 90.5% en empresas públicas.

Ilustración 18: Telefonía

Telefonía

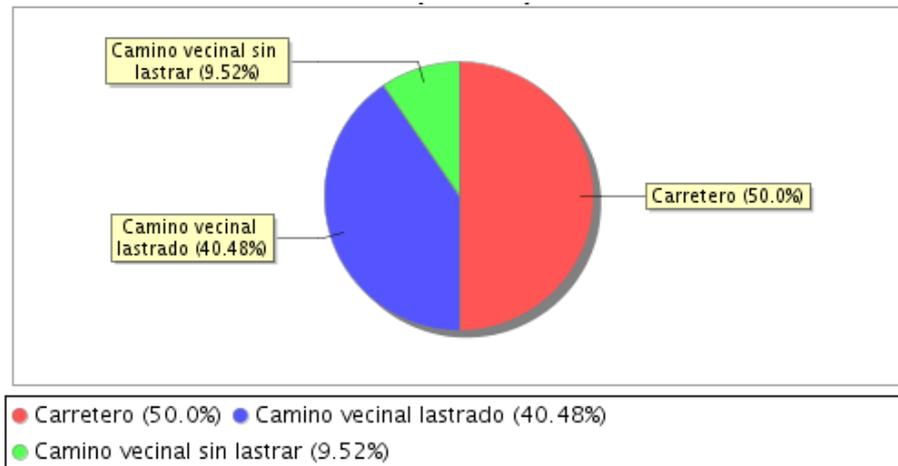


Elaboración: Álvarez, M.

El 96.43% de los entrevistados cuenta con teléfonos celulares.

VIABILIDAD

Ilustración 19: Vías acceso transitables a la población

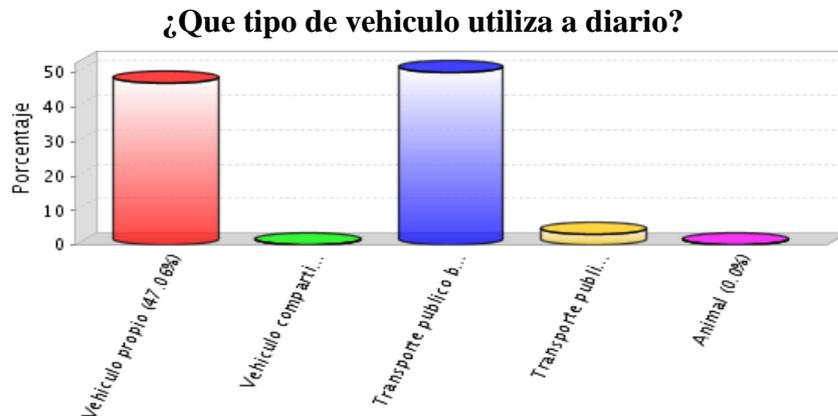


Elaboración: Álvarez, M.

En esta gráfica se demuestra que la vía de acceso transitable por la población es el carretero, siguiéndole el camino vecinal lastrado.

TRANSPORTE

Ilustración 20: Tipo de vehículo

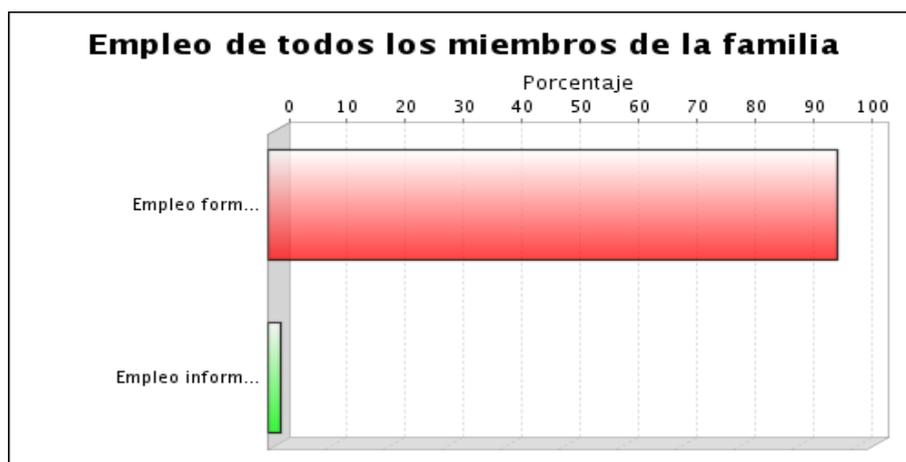


Elaboración: Álvarez, M.

El 50% de los entrevistados utiliza diariamente el transporte público, es decir, el bus. Seguido del uso de vehículos propio con un 47.06% de la población.

EMPLEO

Ilustración 21: Empleo de los miembros de la Familia



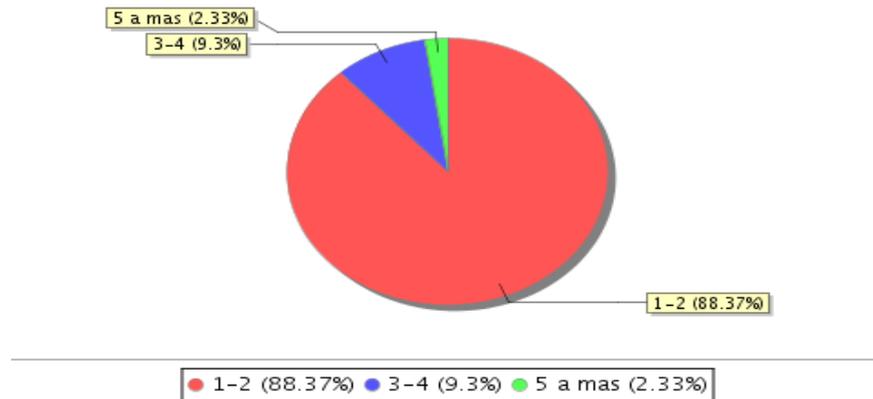
Elaboración: Álvarez, M.

El 97.7% de los familiares de los encuestados tienen empleo formal.

FAMILIAR

Ilustración 22: Número de personas que trabajan de la familia

¿Cuántos trabajan en su familia actualmente?



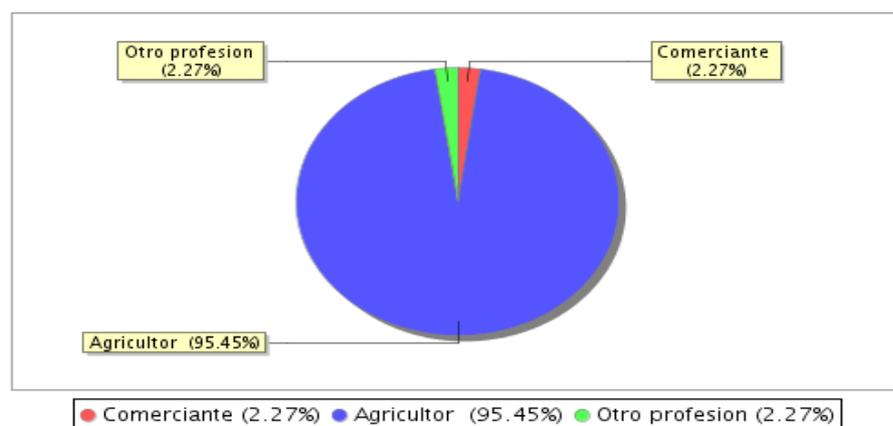
Elaboración: Álvarez, M.

En el gráfico podemos observar que 88,37% que trabaja actualmente 1 a 2 personas, mientras que otros un 9,3% de 3-4 personas.

PRODUCCIÓN

Ilustración 23: Tipo de empleo

Tipo de empleo

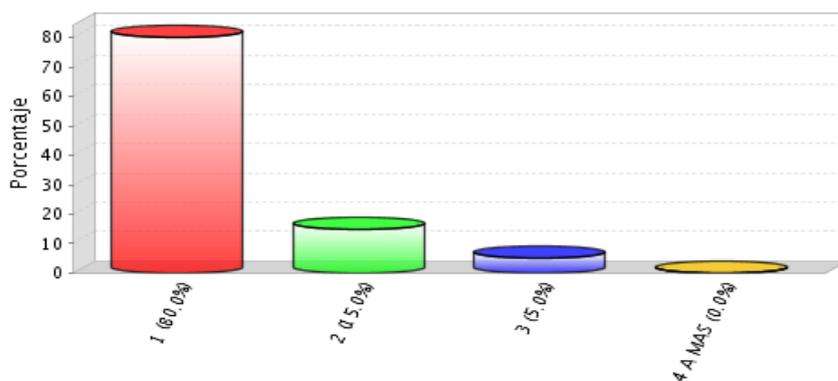


Elaboración: Álvarez, M.

Alrededor del 96% de los familiares de los encuestados trabajan en labores agrícolas.

Ilustración 24: Número de familiares dedicados a la agricultura

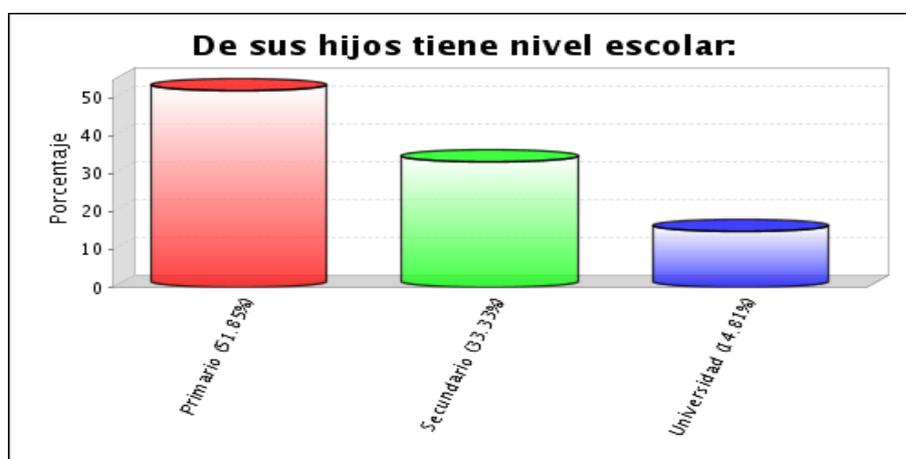
¿Cuántos están dedicados a la agricultura?



Elaboración: Álvarez, M.

Según el gráfico, al menos un familiar de la población encuestada labora que actividades agrícolas, representando esto el 80%.

Ilustración 25: Nivel escolar de los hijos

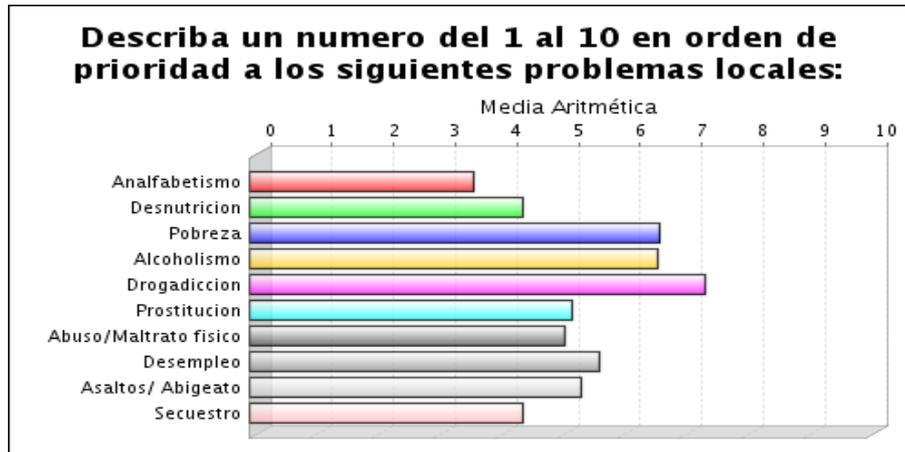


Elaboración: Álvarez, M.

El 51,85% de los encuestados respondieron que sus hijos han culminado los estudios primarios.

POBLACION SOCIAL

Ilustración 26: Prioridad de los problemas locales



Elaboración: Álvarez, M.

El gráfico muestra que la drogadicción es uno de los mayores problemas locales en la zona.

Análisis del diagnóstico de situación social y económica de la población del cantón Milagro (Hacienda San Germán III)

Antecedentes

Para que la Hacienda San German III se incluya en un proyecto de Responsabilidad Social de manera activa, se debe realizar un estudio basado en primer lugar, en un diagnóstico, para conocer los efectos económicos, sociales y ambientales, formato que mide el modelo de Responsabilidad Social Empresarial. Esto, a fin de mejorar el impacto de la empresa sobre las poblaciones cercanas al cantón y así, generar un desarrollo socialmente efectivo.

SOCIODEMOGRAFÍA

Población

La población de la Hacienda San Germán III (trabajadores) cuenta con 44 trabajadores (36 hombres y 8 mujeres). La misma que está conformada por personas que provienen algunas de la cabecera cantonal Milagro, otras de un recinto cercano llamado La Chona, y otras, de la parroquia Mariscal Sucre, 30.23%, 55.81% y 13.95% respectivamente.

En la mayoría de casos las familias están conformadas por un número no inferior de 4 personas.

INFRAESTRUCTURA SOCIAL

Educación

De las encuestas realizadas se desprende que en la población existen casos de analfabetismo, otros reflejan solo estudios de sección primaria, y en ciertos casos el nivel de bachillerato.

De las personas que residen en el Recinto La Chona, se determina que hay un serio problema de educación, las mismas que tienen un nivel de instrucción académica básica. En ciertos casos, han completado la primaria y secundaria, pero en otros no conocieron un centro de educación ya que el recinto solo cuenta con dos centros de educación y solo uno de ellos con bachillerato.

De las personas que viven en el Cantón Milagro se desprende que el nivel de educación en la totalidad de los casos, es de primaria completa, a pesar de que en el cantón, el sistema de educación es mucho más desarrollado que en los recintos o parroquias aledañas a la finca.

Por último, de las personas encuestadas que viven en la Parroquia Mariscal Sucre, se evidencia que en ciertos casos, unos tienen instrucción primaria completa y otros, secundaria completa. Una razón que explica lo anteriormente señalado, es que en la parroquia no existen instituciones de educación técnicas

especializadas, ni universidades, por lo contrario, solo existen colegios y escuelas de educación básica (63,16%).

Salud

En las poblaciones no hay centros médicos de fundación cercanos ni atención en especialidades, lo más cercanos se encuentran en los sectores como:

En el Recinto, se encuentran tanto centros médicos públicos como privados con un porcentaje 97.36%.

De las personas que viven en el cantón, se obtuvo que acuden en gran porcentaje a centros médicos públicos, pero hay cierta especialidad, o enfermedades que las personas se tratan en otros centros de salud más sofisticados.

En la parroquia se observa que la población utiliza centros médicos privados, esto se debe a que los trabajadores pueden adquirir este servicio siempre y cuando ocurra un asunto de emergencia laboral.

Vivienda

La gran mayoría de los trabajadores viven en un 76.19 % en casas propias y 14.29 % alquiladas o comparten vivienda con otras personas, estas casas están construidas en su mayoría por una estructura de ladrillos y cemento. De igual manera se señala que en las viviendas están divididas en dos habitaciones, con un nivel máximo de ocupación de 6 personas por habitación.

INFRAESTRUCTURA FISICA

Viabilidad

En los sectores cercanos donde habitan las personas, el 50% gozan de la existencia de carreteras, de este 50% se desprende que el 9,52% son carreteras veraneras, sin lastrar, y el 40,82% son carreteras lastradas, con acceso en invierno y verano. La mayor cantidad de los trabajadores viven en pueblos donde no hay

carreteras de fácil acceso (lastradas), incluso hay otros que los pobladores ni siquiera pueden salir con mucha frecuencia por la falta de carreteras.

Transporte

De las encuestas realizadas, relacionado con el transporte se desprende que el 47.06% tienen vehículo propio (en su mayoría motos), y el resto utilizan transporte público.

Agua

En los tres sectores (parroquia, recinto y cantón) tienen agua proveniente de sus capitales cantonales, para lo cual se almacena el agua en pozos cada uno de los domicilios.

Energía Eléctrica

El 100% de los encuestados gozan de energía y alumbrado público.

Telefonía / internet

En los tres sectores encuestados (parroquia, recinto y cantón) utilizan el celular como medio principal de comunicación, a pesar de que en la hacienda hay problemas de recepción de señal, y del internet se desprende un porcentaje realmente bajo o casi nulo.

EMPLEO

La población mantiene un alto porcentaje en empleo formal de 97.73, la diferencia se registra como subempleo o empleo informal dentro del cantón Milagro.

FAMILIAR

De las encuestas se desprende que del núcleo familiar, lo habitual es que 1 o 2 miembros de la familia están en actividad laboral.

PRODUCCION

Las encuestas demuestran, en un 94.45% que los trabajadores tiene otro miembro familiar, dentro del núcleo de la familia que se dedica a actividades agrícolas también.

Por otro lado, de las actividades que realizan los trabajadores, se observa que existe un alto nivel de satisfacción, ya que consideran un lugar agradable y tranquilo para el desarrollo de sus actividades diarias, en la Hacienda San Germán III.

Es importante resaltar, que estas personas, trabajan individualmente y tienen como objetivo fundamental la educación de sus hijos.

POBLACIÓN SOCIAL

En la gráfica # 26 se muestra los principales problemas sociales que enfrenta la población de Milagro, el mayor problema social es la *drogadicción*.

Otro problema que se ha detectado en las encuestas realizadas dentro de la población, es la *pobreza* y el *alcoholismo*, este último punto se ve más enfocado en los hombres.

Otro problema social que enfrenta la población encuestada es el desempleo que la mayoría de la población le ocurre por satisfacerse a uno mismo o malgastar en cosas indebidas.

En dos sectores (recinto y cantón), la mayor parte de los problema se debe a al bajo nivel de instrucción académica, por lo que se refleja un alto nivel de analfabetismo, y por último, un punto relevante es el problema social de la nutrición, problema que se lo ha tomado a la ligera, siendo este un problema

fundamental que afecta el desarrollo de la niñez y atrofia sus habilidades para un futuro mejor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ANALISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

En las tres poblaciones encuestadas (parroquia, recinto y cantón):

SOCIODEMOGRAFIA

El bajo nivel de ingreso por familia, se presume que es debido al bajo nivel de instrucción académica, especialmente a la falta de educación secundaria y universitaria.

INFRAESTRUCTURA FISICA.

Respecto a los servicios básicos, en los cuales se abarca el acceso al agua potable, energía eléctrica y hoy en día se considera también el acceso a la telefonía celular, son provistas por la cabecera cantonal (Milagro), de lo que se puede apreciar que se ha invertido mucho en estos sectores, a pesar de que en transporte, viabilidad y salud, la inversión de la cabecera cantonal es mínima, ya que esto es competencia del gobierno central.

EMPLEO

De las encuestas realizadas, se muestra que en su totalidad, los encuestados realizan actividades agrícolas, relacionadas con la producción de banano, considerados parte del empleo formal.

FAMILIAR

En la empresa, los trabajadores han adquirido ciertos conocimientos sobre la unión familiar, los mismos que en algunos casos son puestos en práctica, a pesar de existir un grave problema de violencia intrafamiliar.

PROBLEMAS SOCIALES.

Los problemas sociales detectados en la sociedad encuestada se encuentran de mayor a menos incidencia los siguientes:

- La drogadicción,
- El alcoholismo,
- El analfabetismo y
- La desnutrición.

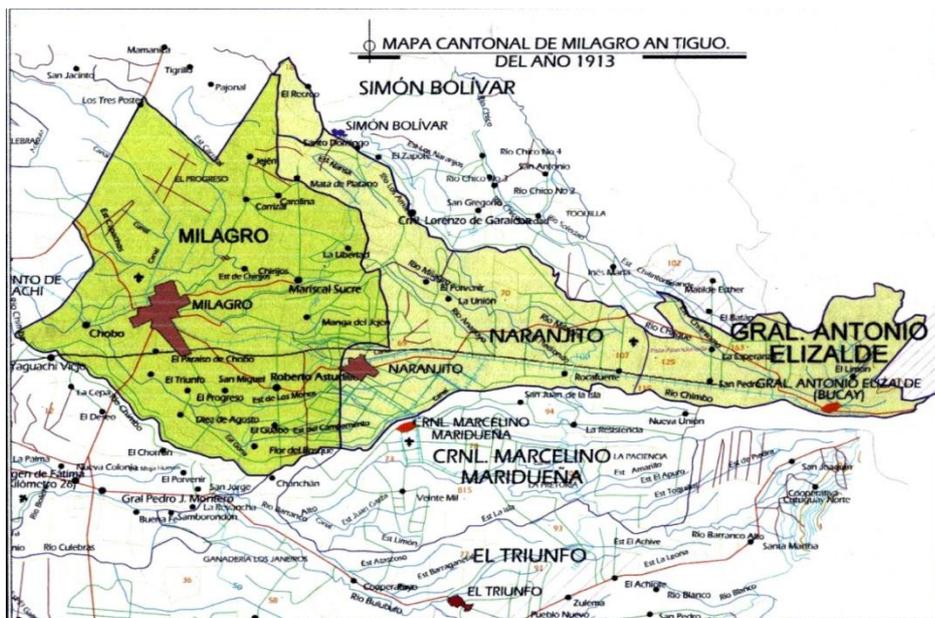
Se presume que estos problemas sociales surgen principalmente por la falta de valores, y conceptos éticos, como la falta de educación y en menor porcentaje incide el bajo nivel económico en el que viven las familias.

1.5.2 Económico: Estudio, Evaluación y Resultados obtenido en la Hacienda San Germán III

ESTUDIO ECONÓMICO

Milagro:

Ilustración 27: Mapa del Cantón de Milagro



Fuente: (Vicuña Piedra, 2007)

Contexto Histórico

La ciudad de Milagro se encuentra ubicada en la Provincia del Guayas, cuenta con un clima húmedo tropical con una temperatura de 25 C., está a 35 kilómetros de Guayaquil.

Su cantonización inicio el 17 de septiembre de 1913, en donde se ha venido desarrollando con el paso del tiempo. Esta ciudad ha mantenido las culturas y costumbres como la pesquería, orfebrería y la agricultura. Con el tiempo se ha incrementado el número de haciendas y/o fincas bananeras, cacaoteras pesqueras y entre otras dedicadas al ciclo corto.

En milagro se vio un incremento poblacional en el periodo del 2.000 al 2.008 de 157.650 habitantes, y es considerado el segundo cantón más importante dentro la provincia del Guayas, por mantener un alto nivel de desarrollo sostenible económico. (F., C., W., & M., 2011)

Contexto Económico

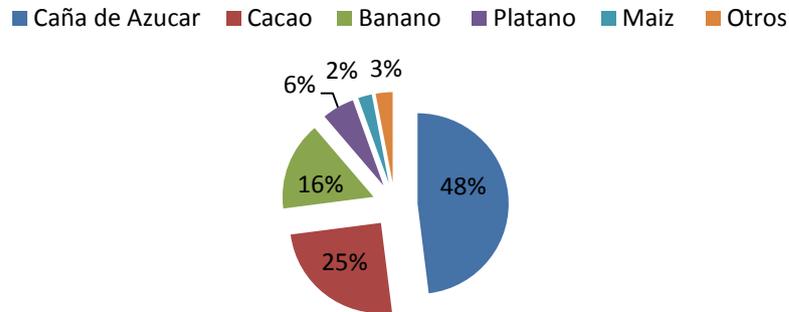
Milagro se destaca en la producción agrícola, con variedad de tipos de cultivos que le permite proveer sus productos, tanto en el mercado local como al internacional.

Como referencia, tenemos la empresa Agrícola San Miguel, dedicada a la producción de banano, cacao, café, piña, arroz, además se ha desarrollado en la actividad de producción de leche (ganado lechero). Actualmente es una de las mayores productoras y a su vez exportadoras desde el año 1970.

La explotación de la tierra, y el desarrollo a su vez de los cultivos anteriormente mencionados han generado mayor satisfacción entre las comunidades cercanas a las haciendas, principalmente por la generación de empleo a gran escala. A continuación se conocerá el porcentaje de tierra cultivada por cada producto:

Ilustración 28: Porcentaje del área de cultivo por producto

% de Area de Cultivo por Producto



Elaboración: Álvarez, M.

La gráfica #28 muestra que la caña de azúcar alcanza un alto rango de producción siendo este el 48%, 25% en el Cacao, 16% Banano y por lo último, un menor rango de 3% en otros productos.

Se ha observado que la cantidad de producción en Milagro ha disminuido debido a la falta de conocimientos de prácticas laborales. En sí, se creó desvinculaciones sociales con las actividades adquiridas en el campo, es decir, se tomó medidas necesarias para cerrar varias haciendas bananeras. Los campesinos decidieron vender sus propios terrenos al no poder abrir espacios en el mercado debido al endeudamiento. Por lo último, los otros servicios del sector comercial se han incrementado en las últimas décadas.

Situación Actual

La ciudad de Milagro es un sector muy conocido por su gran agricultura en banano, cacao, café, arroz, piña y caña de azúcar. El cultivo de estos productos se ha incrementado debido al alto nivel de calidad de la fruta y la satisfacción que los trabajadores experimentan al realizar las actividades agrícolas. Es importante destacar que la fruta más autóctona y conocida del cantón es la Piña por la textura, arte y sabor exquisito que esta tiene.

El sector económico se ha ido desarrollando constantemente por la variedad de productos agrícolas que se cosechan día a día y otros negocios

dedicados al comercio como ventas al detalle y por mayor de insumos agrícolas, productos agroquímicos, fertilizantes, industria ferretera, entre otros. En sí, aportan al desarrollo sustentable e integral del cantón, en sus ámbitos económicos, sociales y culturales.

Sector Bananero

El banano es una fruta cultivada en los climas tropicales, con grandes propiedades nutritivas como el carbohidrato y fibra; además proporciona mucha cantidad de potasio, magnesio y ácido fólico. Este producto ha sido cultivado en más de 150 países, los cuales producen 105 millones de estos aproximadamente al año, tantos mercados nacionales e internacionales.

Es muy importante, resaltar la firmeza de la actividad bananera, que mantiene una expansión de cultivos de banano y firme actividad en las exportaciones. A continuación se detallarán las empresas bananeras en la Provincia del Guayas Y en Milagro (Producción- Exportación):

Sector bananero en Milagro y en la provincia del Guayas

- Milagro

En el Ecuador existen sectores importantes en el cultivo del banano y Milagro no es una excepción, esta ciudad es considerada como zona agrícola de gran importancia en la producción de este producto, miles de hectáreas son cultivadas y su proceso de exportación genera fuentes de trabajo e ingresos económicos al sector y al país.

Es importante mencionar que no existe en la actualidad información detallada acerca de este sector específicamente en esta ciudad.

- Provincia del Guayas

En el Ecuador, las plantaciones de Banano se deben registrar inicialmente con el Ministerio de Agricultura para poder obtener el código de productor respectivo, luego cuando se establece una relación comercial con una exportadora

de banano, el gobierno exige que se establezca un contrato, en el mismo que se fija el precio oficial, las consideraciones, y el cupo asignado de compra. Estos procesos se realizan para controlar el pago del precio justo a los pequeños y medianos productores.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador (MAGAP), las áreas registradas como sembradas, se encuentran en las provincias del Guayas, Los Ríos, El Oro; las mismas representan el 91,65% de todas las hectáreas de banano registradas a nivel nacional. A continuación, se detalla el porcentaje de las haciendas de banano registradas y regularizadas de las provincias en mención:

Tabla 1: Hectáreas sembradas en el Ecuador (2003)

	HECTÁREAS	%
EL ORO	45.839.04	29.88%
GUAYAS	45.503.36	29.66%
LOS RÍOS	49.246.13	32.10%
OTRAS	12.814.47	8.35%
TOTAL	153.403.00	100.00%

Fuente: (Lucin Castillo & Ochoa Pazmiño, 2009)

En la tabla anteriormente expuesta, se muestra que en El Oro se encuentra el mayor porcentaje de extensiones de sembríos de banano registradas abarcando el 29,99%, seguida por la provincia del Guayas con el 29,66%, seguida por la provincia de los Ríos con el 32, 10% y en último lugar, Otras provincias con el 8,35%.

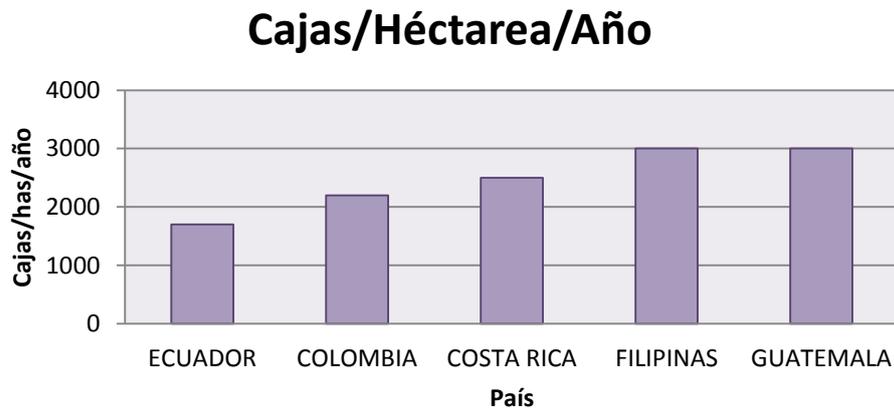
Con los datos estadísticos proporcionados por la Subsecretaria de Agricultura, las hectáreas de banano registradas en Ecuador han mostrado una tendencia incremental en volumen, pasando de 207.193,36 a 230.000 hectáreas de banano hasta el 2012. (Telegrafo, 2012)

Tabla 2: Productores y áreas inscritas en el MAGAP por provincia, periodo 2011

PROVINCIA	ÁREA		PRODUCTORES	
	HECTÁREAS	%	NÚMERO	%
Los Ríos	67.406,50	32,53	1.545,00	14,21
Guayas	63.483,22	30,64	3.861,00	35,5
El Oro	57.257,68	27,63	4.374,00	40,22
Cañar	6.168,20	2,98	250	2,3
Bolívar	4.862,64	2,35	289	2,66
Esmeraldas	4.004,04	1,93	167	1,54
Cotopaxi	2.214,32	1,07	244	2,24
Azuay	670,08	0,32	114	1,05
Manabí	466,71	0,23	10	0,09
Pichincha	292	0,14	11	0,1
Santa Elena	237,7	0,11	4	0,04
Santo Domingo	130,27	0,06	5	0,05
Chimborazo	4	0	1	0,01
Total	207.197,36	100	10.875,00	100

Fuente: (Ledesma Garcia, 2011)

Ilustración 29: Producción por país de Cajas/Ha/Año.



Fuente: (Ledesma Garcia, 2011)

En los datos presentados en la ilustración 29, podemos observar que existe una menor productividad en nuestro país en comparación con sus competidores. Esta situación según Eduardo Ledesma, director de AEBE, se debe a que países como Guatemala, Colombia, Costa Rica y entre otros, toda la fruta producida es comercializada en su totalidad, mediante suscripción de contratos a largo plazo entre productores y exportadores; lo cual permite una estabilidad económica y un precio promedio anual equilibrado y justo.

En Ecuador el 80% de la fruta está suscrita bajo contratos con las compañías exportadoras y el 20% se vende a precio spot, es decir al precio del momento, sin contrato y de manera especulativa.

La comercialización de la fruta de banano está dividida en dos temporadas: Alta y Baja. La temporada Alta se desarrolla en los primeros meses del año hasta el mes de Abril en algunos casos; y la temporada baja en lo que resta de los meses del año.

La temporada Alta está dada por los precios altos de la fruta, a causa de la alta demanda y poca oferta, dada por factores externos; como condiciones climáticas que afectan a los países competidores en Centro y Suramérica, por lo que la producción de ellos decae.

En la temporada Baja, por circunstancias de altas temperaturas, vacaciones escolares en países compradores de fruta, los picos de producción de países Centroamericanos, la sobre producción de banano en Ecuador etc., la demanda decae, pagando precio de hasta \$4,00 por caja, ocasionando pérdidas a productores, exportadores y las industrias relacionadas al negocio de banano.

Exportación del banano en Milagro y Provincia del Guayas

Exportación – Provincia del Guayas

En base al estudio económico realizado dentro de la provincia del Guayas, se ha observado que existe una cadena productiva relacionada al banano. Es importante destacar que antes y después del boom petrolero, según (PROECUADOR, 2012), el sector bananero ecuatoriano exportó 265.587.828 cajas de banano, las mismas que representan un ingreso aproximado de US\$1.900 millones de dólares por conceptos de divisas y de alrededor de US\$90 millones de dólares por concepto de temas impositivos, que percibe el Estado Ecuatoriano. El volumen exportado alcanzó el 32% del comercio mundial del banano, el 3.84% del PIB total y el 20% de las exportaciones privada del país, convirtiendo al banano en el primer producto de exportación del sector privado del país.

A continuación en la tabla #3, se detallará las principales compañías exportadoras de banano en el Ecuador, y su participación en porcentajes de cajas hasta la semana # 30 del año 2012. (El año bananero se compone de 52 semanas).

Tabla 3 Compañías exportadoras de banano en Ecuador, período 2012

No	COMPAÑÍA	%
1	UBESA	10,73%
2	TRUISFRUIT	7,22%
3	BAGNILASA	5,84%
4	ORO BANANA	5,36%
5	ECUAGREENPRODEX	3,57%
6	COMESUR	3,55%
7	ASOAGRIBAL	3,53%
8	REYBANPAC	3,44%
9	BRUNDICORPI	2,83%
10	CABAQUI	2,21%
11	REVOCAREP	1,94%
12	BANACALM	1,92%
13	FIRESKY	1,91%
14	EXBAORO	1,79%
15	DON CARLOS FRUIT	1,63%
16	GRAPAGRO	1,55%
17	EXPORTSWEET	1,40%
18	SENTILVER	1,38%
19	TROPICALFRUIT EXPORT	1,28%
20	FRUTA RICA	1,13%
21	EXP. MACHALA	7,10%
22	NELFRANCE	1,05%
23	TRADEPALM	1,03%
24	FRUTADELI	0,98%
25	EXPRESS CARGO	0,97%
26	GOLDEN VALUE	0,92%
27	AUGE	0,91%
28	GRUBAFAL	0,90%
29	FRUTIBONI	82,00%
30	OTRAS	27,10%

Fuente: (AEBE, 2012)

En el Ecuador, a diferencia de otros países productores de banano, existen muchas marcas de cajas de exportación de la fruta, esto se debe a la diversificación y gran número de empresas exportadoras.

A continuación en la tabla # 4, se muestra el detalle de los nombres de las principales marcas de banano:

Tabla 4: Principales marcas de banano en Ecuador periodo 2012

NOMBRE DE PRINCIPALES MARCAS		
DOLE	CHIQUITA	BONITA
BONANZA	EXCELBAN	PRIMADONNA
FAVORITA	DERBY	ADRIA
DEL MONTE	SOBROSTAR	PRETTY LIZA
COBANA	SABROSA	BANAFRUIT
BANAVA	BANANEC	DON CARLOS
MERHABA	GOLDEN B	AVANTI
LE FRUIT	VIDA VERDE	TECNIBANANA
ARTES	GOLDELITA	DIAMANTE
EKO	SABROSA	FYFFES

Fuente: (Ledesma Garcia, 2011)

Dentro del negocio de comercialización y exportación, se encuentran varios actores como los proveedores, clientes-consumidores, empresas exportadoras, los intermediarios, etc.

Entre las principales empresas exportadoras del país, se encuentra la Corporación Noboa, una empresa reconocida a nivel nacional e internacional por la comercialización y exportación de varias frutas, entre las más destacadas, el banano. Además, Corporación Noboa no sólo cuenta con la producción de banano

de sus haciendas para sus actividades de exportación, también compra la fruta a pequeños y medianos bananeros. Esta fruta tiene diferentes destinos como Estados Unidos y varios países del continente Europeo.

Hay que tomar en cuenta que el sector agrícola se divide en dos temporadas muy marcadas, una que se la conoce como temporada baja y otra como alta. La temporada alta se caracteriza por los precios altos de la fruta, a causa de la demanda alta y la contracción de la oferta; esto se debe a los cambios climáticos que afectan en otros países como en el Caribe y Suramérica (su producción disminuye).

Exportación - Milagro

Se han analizado los registros existentes en la Secretaria Técnica de Agricultura, y no hay datos ni cifras estadísticas que señalen la producción de banano sectorizada por cantones, solo existen datos por provincia.

Cabe recalcar que se realizó una consulta en la asociación de Bananeros del Guayas, y no tienen un dato exacto de exportación de banano en Milagro, pero existe una estimación que del 31% de la producción de banano que representa la provincia del Guayas en el Ecuador, se estima que del cantón Milagro y sus lugares más cercanos corresponden al 14%. (Aso. Bananeros del Guayas 2012)

1.5.3 Comercial: Estudio, Evaluación y Resultados Obtenidos en la Hacienda San Germán III

La empresa que se encarga de exportar la producción de la empresa San Germán III, se llama FIRESKY S.A.

Para conocer con más exactitud información acerca de esta empresa se tomó como herramienta de investigación, la entrevista y se llegaron a los siguientes resultados:

La compañía Firesky S.A., es una empresa dedicada a la exportación y comercialización del banano y plátano en los mercados de Japón, Argentina, Chile, Estados Unidos, Ecuador. Principalmente encontramos su exigencia de altos niveles de calidad, lo que ha permitido entregar al consumidor final un producto agrícola de primera calidad, que satisface los exigentes gustos en el mercado internacional y local.

Esta empresa se dedica a la compra producción de frutas a los pequeños y grandes productores, sus principales centros de operación se ubican en la provincia del Guayas, El Oro, Los Ríos Y Cañar, y por otro lado la comercialización y exportación está destinado a mercados internacionales principalmente, como Estados Unidos (Turbaná), Argentina (Frutia), Inglaterra (Fires), España (Bobanana), etc.

La venta de la producción se maneja por medio de contratos, donde se fija el precio oficial establecido por el Ministerio de Agricultura, y el cupo otorgado al productor.

Al mes de agosto del 2012 se realizaron estudios y mediante una herramienta estadística, se pudo determinar con exactitud el número de las cajas de banano exportadas, registradas en los dos puertos bananeros habituales del país por parte de la empresa FIRESKY S.A., datos que se muestra a continuación:

Tabla 5: Exportaciones del Banano del Ecuador

NOMBRE	GUAYAQUIL	PT.		ACOMULADO
		BOLIVAR	MENSUAL	
FIRESKY S.A.	137.338	69.198	206.536	3.137.438

Fuente: www.agroban.com.ec

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 Marco Referencial

2.1.1 RSE: Historia, Evaluación y sus componentes de RSE

Los términos relevantes acerca del concepto de RSE, han ido evolucionando a lo largo del tiempo y en el mundo empresarial.

La RSE es considerada en la actualidad fundamental para la toma de decisiones, de tal manera que se pueda desarrollar y efectuar una mejor evolución de la empresa. Toda empresa debe ser totalmente responsable en cuanto a los aspectos económicos, sociales y ambientales, y a la vez, generar beneficios a la comunidad en la que desarrolla su actividad comercial.

Muchas de las empresas que realizan planes de RSE, no los efectúan por la razón correcta, siendo esta la necesidad de ser responsables con el medio ambiente y su entorno, sino más bien por un asunto de “moda”. Por lo que es de suma importancia que el Gobierno Local concientice acerca de este tema. Ya que es esencial que las empresas lo vean como realmente es: un vínculo entre la empresa y la sociedad. Este vínculo permite participar activamente en las realidades de los stakeholders, ayudando a solucionar problemas y conocer las expectativas de los grupos de interés con respecto a las necesidades para alcanzar un desarrollo sostenible.

En la actualidad, existen varios criterios acerca de la RSE, entre los cuales se pueden mencionar:

- ✓ Es una filosofía que adopta la empresa hacia los negocios y mantiene una expectativas de los distintos grupos de interés(Stakeholders), en que cada

uno busca la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente" (Fernandez Garcia, 2009)

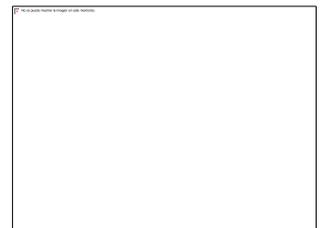
- ✓ "La responsabilidad social empresarial(RSE) es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y, por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".(Instituto Ethos de empresas y Responsabilidad social en las Américas) (Reyno Momberg, 2007)
- ✓ "La RSE se entiende como la capacidad de respuesta que una organización posee para enfrentar las consecuencias de sus acciones sobre los distintos públicos con los cuales se relaciona".(Diners club del ecuador). (Ortega Santos, 2011)

2.1.2 Fundamentos y principios de la RSE

Declaración Universal Derechos Humanos - Naciones Unidas

Derechos básicos de la persona – 10 Diciembre 1948:

- Derecho a protección contra todo discrimen
- Derechos igualdad, libertad, seguridad jurídica y goce de derechos civiles y políticos
- Derecho a someterse a tribunales de justicia competentes y a sujeción de ley y constitución del país.
- Derecho a contraer matrimonio y fundar una familia
- Derecho a nivel de vida adecuado: familia, salud, bienestar, vivienda, asistencia médica y servicios sociales



- Derecho a seguridad social y a satisfacción de derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y desarrollo de personalidad
- Derecho al trabajo y protección contra desempleo

Declaración de Principios del Trabajador OIT, Naciones Unidas

Derechos básicos del Trabajador:

- Libertad de asociación y sindicación y reconocimiento derecho a negociación colectiva (Unión EEUU)
- Eliminación de formas de trabajo forzoso y obligatorio
- Abolición efectiva de trabajo infantil
- Eliminación de discriminación en materia de empleo y ocupación



Declaración de Río sobre Medioambiente y Desarrollo Naciones Unidas

Principios básicos de la Declaración, 14 de Junio 1992:

- Erradicación de la pobreza
- Acciones por adoptar en ámbito social, económico, cultural, científico, institucional, legal y político
- Responsabilidades comunes (países desarrollados) pero diferenciadas frente a salud, integridad de ecosistema y en la degradación ambiental
- Creación de un sistema económico que permita el “crecimiento económico, desarrollo sostenible de países”
- Promueve elaboración de disposiciones comerciales ambientales, que vayan de la mano con comercio internacional
- Establece medidas de cautela a protección ambiental, principio de precaución y evaluación de impactos
- Reconoce participación grupos sociales: mujeres, jóvenes, comunidades indígenas para alcanzar desarrollo sostenible de medioambiente.



Pacto Global - Naciones Unidas

Derechos Humanos

- Apoyar y respetar protección a derechos humanos (Empresa debe asegurarse de cumplimiento)



Derechos Trabajadores

- Apoyar principios de libertad asociación y sindical y derecho a negociación colectiva
- Eliminar trabajo forzoso, obligatorio e infantil
- Eliminar discriminación en empleo y ocupación

Responsabilidad Ambiental

- Apoyar enfoque preventivo medioambiental
- Promover responsabilidad medioambiental
- Alentar tecnologías respetuosas de medioambiente

Ética

- Lucha anticorrupción (Estado, Empresa y Sociedad Civil)

Principios de Gobierno Corporativo, OCDE Organización para Cooperación y Desarrollo Económico

Principios, Aprobado en 1999, Revisado en 2002:

- **Garantizar la base de un marco eficaz para gobierno corporativo**

Promoverá transparencia y eficacia en mercados, coherente con régimen legal y articulará responsabilidades entre autoridades supervisoras, reguladoras y ejecutoras

- **Derechos de los accionistas y función clave de la propiedad**
 1. Asegurarse a métodos para registrar su propiedad,
 2. Ceder o transferir acciones,



3. Obtener información relevante de la sociedad,
4. Participar/votar en Juntas de Accionistas,
5. Elegir y revocar a miembros del Consejo administración, y
6. Participar de beneficios de la sociedad

- **Trato equitativo hacia los accionistas**

Incluye mayoritarios, minoritarios y extranjeros

- **Papel de las partes interesadas**

Derecho de los empleados y acreedores de participar del gobierno Corporativo y a quejarse cuando haya alguna vulneración de sus intereses; con finalidad de desarrollo financiero y sostenibilidad de la empresa

- **Revelación de datos y transparencia.** Información que debe incluir como mínimo:

1. Resultados financieros,
2. Objetivos de la sociedad,
3. Titularidad de grupos accionarios,
4. Política remuneraciones,
5. Funciones,
6. Selección y cargos directivos en otras empresas,
7. Operaciones de vinculados,
8. Factores de riesgos previsibles, etc.

2.1.3 Bases de la Responsabilidad Social Empresarial

- ISO26000

En base al documento ISO 26000, la palabra ISO (International Organization for Standardization) por sus siglas en inglés, significa Organización Internacional para la Estandarización. Esta norma fomenta el desarrollo sostenible para las empresas y organizaciones a nivel internacional. Una de las iniciativas que ha alcanzado ISO 26000, se debe a las delegaciones gubernamentales y no

gubernamentales para ampliar un mejoramiento y acatar las observaciones enlazadas con los diferentes países. (steele, 2006)

ISO 26000, abarca todo lo relacionado con la Responsabilidad Social, es decir, es un camino que sirve para perfeccionar las materias relacionadas con la RSE y así, interactuar con los grupos de interés. Tiene varios enfoques que se identifica con los consumidores, gobiernos, trabajo, apoyo y entre otros. De acuerdo a las normas ISO, se ha establecido los beneficios de utilizar esta norma:

- Conocer lineamiento en la empresa estándar reconocido internacionalmente.
- Permite identificar los riesgo en materia de sostenibilidad
- Permite alimentar la sostenibilidad de la estrategia de la empresa.
- No se requiere publicar los resultados
- No es certificable, si es verificable

- ISO 14001

Las normas internacionales de gestión que abarcan el medio ambiente y la responsabilidad social en el entorno de la empresa. Debe cumplir ciertos requisitos legales para evaluar el sistema ambiental y política ambiental, en el cual se regula con los stakeholders para poder prevenir la contaminación o sustancias que afecten en el entorno. (Jiménez, 2012)

Algunos se centran en las dimensiones sociales y ambientales para demostrar el compromiso, lealtad y respeto con el medio ambiente y el desarrollo sostenible que impacta favorablemente en las organizaciones. A medida que va creciendo las empresas mediana y pequeñas va creando procedimientos de gestión que permite a los trabajadores o clientes mejorar la calidad de vida con respecto a lo ambiental. Y contar con los recursos necesarios para desarrollar, implementar y mantener las políticas establecidas (BSI, 2012). Estas disposiciones forman

beneficios para reparar la situación ambiental, mejorar la eficiencia y disminuir los impactos ambientales. Existen beneficios como:

- Mejorar la imagen corporativa y la de su cliente que mantiene relaciones con la opinión pública y su comunidad local.
- Activa el cuidado del uso de la energía y la conservación del agua
- Controla todos los objetos valiosos y los recicla para contribuir competitiva.
- Disminuye las cuentas financieras para abrir canales de gestión.
- Respalda los valores éticos mediante códigos ambientales y reduce los riesgos
- Mejora la calidad de vida tanto para el empleador como el empleado.
- Abrir nuevas oportunidades en los mercados nacionales e internacionales en donde desarrollan procesos productivos con el medio ambiente.
- Adquieren el compromiso para proteger al medio ambiente.

2.1.4 Evaluación de RSE

Como se ha venido mencionando, existen muchas definiciones acerca de la Responsabilidad Social Empresarial. Desde el siglo XX se ha definido como “un lugar donde prevalece la satisfacción de los clientes, que genera una forma ética y responsable”. Así también han surgido otros investigadores como Howard Bowen, que consideran que “las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones”. En general, es imperativo que las empresas aprendan a ser responsables y comprometidas con el medio ambiente y con los otros agentes internos y externos relacionados a la empresa, de tal manera que se logre una efectiva toma de decisiones permitiendo así la creación de valor.

Se muestra a continuación detalladamente, algunos conceptos, que se han dado con el paso del tiempo de RSE:

Tabla 6: Evolución de la RSE

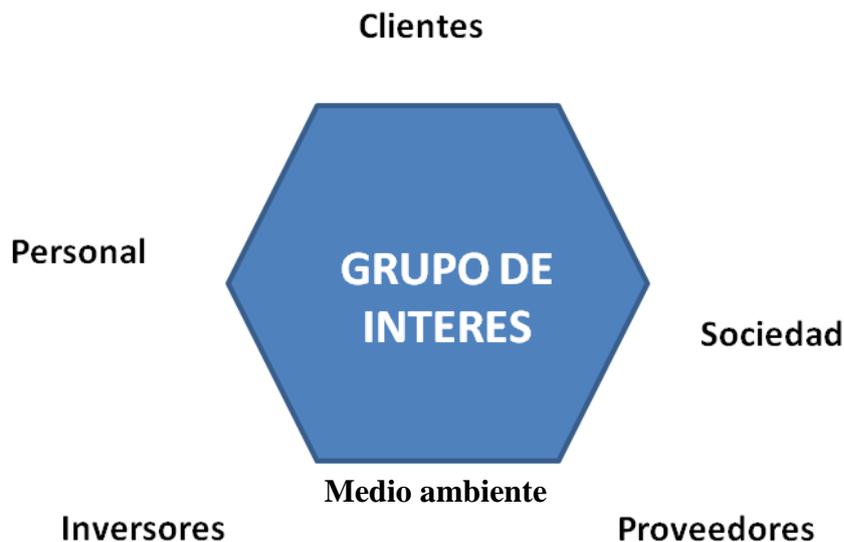
EVOLUCION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		
AÑO	DECLARACIONES	FINALIDAD
1994	Declaracion de Filadelfia (OIT)	representa las obligaciones de las empresas privadas y publicas respecto al progreso de la sociedad
1953	Howar Bowen: publica un libro (Social Responsibilities of the businessman)	Establecer inquietudes para relacionar las empresas con los valores morales
1970	Ley de oro de la responsabilidad	Se expresa que la responsabilidad social empresarial debe de ser acorde al poder social de las empresas
1971	Declaracion del comité para el desarrollo economico sobre la responsabilidad social de las empresas	Mantiene un acuerdo entre las empresas y el gobierno para el progreso social
1986	Peter drucker	La rse debe de estar integrada en el nucleo de la gerencia
1994	Declaracion de Filadelfia (OIT)	representa las obligaciones de las empresas privadas y publicas respecto al progreso de la sociedad
1999	Pacto Global	Documento de compromiso de las empresas y demas organizaciones privadas de las sociedad a favor del ejercicio de la ciudadanía social
2006	GRI(GLOBAL REPORTING INICIATIVE)	Apoya a la madurez de la responsabilidad social

Elaboración: Álvarez, M.

2.1.5 Componentes de la RSE

En el siglo XVIII, luego de haber realizado estudios en base a las necesidades y expectativas que componen la RSE, se llegó a la conclusión de que estos componentes eran: Clientes, sociedad, proveedores, inversionistas, personal y medio ambiente. Al tomar en cuenta estos grupos, las organizaciones se ven obligadas a mejorar el ambiente laboral, disminuir el impacto ambiental y buscar estrategias para el beneficio empresarial.

Ilustración 30: Grupo de Interés



Elaboración: Álvarez, M.

Esto quiere decir, que el patrono no solo depende del accionista sino de todos los grupos de interés (comunidades, proveedores, clientes, medio ambiente, calidad de vida laboral) (González, López, Saldaña, & Alcántara, 2007)

2.1.6 RSE en Ecuador

En el Ecuador, existe empresas que incorporan la RSE para formar estrategias mediante vínculos organizacionales, y así poder transmitirlos a los grupos de interés, beneficiando a la sociedad.

La necesidad de incorporar la RSE es un rol importante para mejorar la calidad de vida, medio ambiente y a las comunidades cercanas a la empresa; es decir, esto eleva el nivel potencial de los inversionistas para crear un valor agregado de la RSE mediante sus actividades.

La Cámara de Comercio de Guayaquil, en un estudio llamado "Percepción de la Sociedad Respecto a las Empresas Socialmente Responsables", nos muestra

que no todos los ecuatorianos tiene la misma percepción acerca de este tema, tan solo el 24% piensa que es "aquella que hace cumplir las leyes y obligaciones"; mientras que el 19% de los encuestados, suponen que se refiere a "las empresas responsables con el entorno que vivimos" (Apoyo, 2011)

A continuación, se detallara que empresas están comprometidas con la RSE en el Ecuador:

- 71% en las Empresas Nacionales
- 53% en las Empresas Extranjeras

Por lo último, existen empresas que han implementado la RSE como pilar fundamental de su organización, como por ejemplo: el Grupo Pronaca, Coca Cola Company y Supermaxi, en las cuales se emprendió las actividades sobre el cuidado del medio ambiente, reciclaje, etc. Esto ayuda a la sociedad a mantenerse responsablemente en cuanto a la preocupación del entorno, además que reduce el impacto social, ambiental y económico.

2.1.7 Organismos Nacionales que se Fomentan en la RSE

En la actualidad, existen varias instituciones dedicadas a promover y desarrollar la cultura de la RSE para que las empresas gestionen un modelo estratégico para el desarrollo sustentable y socialmente responsable. Hay varios tipos de instituciones como:

1. Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial (CERES).
2. Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE).
3. Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEMDES).

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial (CERES)



El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial, es una red compuesta principalmente por empresas y fundaciones empresariales que promueven el concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social, con enfoque al núcleo de la empresa, y para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento e investigación sobre Responsabilidad Social en el Ecuador.

Uno de las principales servicios que brinda CERES, es desarrollar alianzas entre los distintos sectores del Ecuador y ejercer métodos mediante la comunicación, capacitación y trabajo en equipo; obteniendo así los beneficios integrados en desarrollo sostenible (justo y equitativo).

Instituto de Responsabilidad Social Empresarial



IRSE, Incentivo el Desarrollo Institucional de la Responsabilidad Social Empresarial, es una organización privada, encargada de transformar al personal humano inculcando valores éticos, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. Es una organización que fomenta y que permite prevalecer el funcionamiento social a través del humanismo solidario y autentico, en donde se consolida un equipo de personas y la experiencia del campo empresarial.

Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible



CEMDES, tiene como propósito crear un desarrollo sostenible para el beneficio de los empresarios; y permite innovar y conservar los conceptos relacionados a los temas ambientales de la RSE. Ellos consideran que es importante conocer las herramientas que se necesitan para aplicar al modelo del proceso sostenible, social y ambiental y que esto se logra mejorar por medio de un sistema "índices de buenas prácticas", en el cual se realiza una evaluación que vincula el código de ética y principios con ejes temáticos como administración de la calidad ambiental del entorno y políticas empresariales para el desarrollo sostenible (CEDMES)

2.1.8 Responsabilidad Social Empresarial vs Empresa Familiar

La empresa familiar se define como "aquella cuyos propietarios son los mismos que dirigen la cultura de la empresa que es el reflejo de la cultura de la familia". Estadísticamente, se estima que un 80% de las empresas en el mundo son empresas familiares. Entre ellas, un 30% de las empresas familiares sobreviven hasta la segunda generación y cerca del 13% alcanza hasta la tercera generación.

En la actualidad la responsabilidad social empresarial es más conocida y aplicada como una moda pasajera, pero es una realidad el hecho que es parte de la mayoría de las empresas familiares que existe en nuestra región. Básicamente la RSE con relación a las empresas familiares mantiene temas relacionados con la ética, el gobierno y las buenas prácticas. Estos temas forman un conjunto de esquema integral y relacionando con los grupos de interés (stakeholders), teniendo

como objetivos una mayor calidad de los productos, un mayor respeto y protección a los empleados y comunidad.

Específicamente en nuestro país, Ecuador, existen algunas empresas familiares conscientes acerca de la RSE, siendo una de ellas la Hacienda Don Alejo que considera lo siguiente: *"Darle la oportunidad a los colaboradores para satisfacer las necesidades que las mujeres, hombres y familias aprendan a desarrollar por uno mismo y mejorar su calidad de vida."* (Espinoza P, 2012)

2.1.9 Triple Rentabilidad y Medición de Resultados de la RSE

El concepto de Triple Rentabilidad, está definido como un mecanismo de medición de resultados en base a los aspectos económicos, sociales y ambientales de la empresa.

John Chiriboga argumenta que la triple rentabilidad *"se aplica a las empresas y corporaciones públicas y privadas para la generación de rentabilidad en dimensión económica, social y ambiental, tomando en cuenta las necesidades de los grupos de interés a los que afecta su operación"* (Chiriboga, 2010)

Es decir que, la responsabilidad social empresarial depende de la relación que se tenga con los stakeholders, esto trae consigo resultados positivos para el beneficio común de la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

A continuación, se definirán los tres tipos de rentabilidades que se buscan en la responsabilidad social empresarial:

2.1.9.1 Rentabilidad Económica

Desde el punto de vista, la Rentabilidad Económica se la conoce como "Rentabilidad en la Gestión Productiva", es decir que equivale a la ganancia o utilidad; esto se refleja en satisfacer las necesidades de los consumidores y a su vez, incrementar las ventas productivas. Un índice de medición para obtener la

rentabilidad es costo/valor, y recursos invertidos / beneficio obtenido. (Chiriboga Ycaza, Principios internacionales bases para la RSE, 2012)

Según la RSE, se pueden obtener algunos estándares y prácticas para la generación de la rentabilidad económica, se clasifican en:

- Flujo Monetario al sector público.
- Desarrollo del Capital Humano.
- La administración de la cadena suministro.
- Tránsito de la tecnología.

2.1.9.2 Rentabilidad Social

Como se ha mencionado antes, la rentabilidad social es un promotor que beneficia a la sociedad, dividiéndose esta en dos clases que se identifican como: primario y secundario. En el aspecto primario se refiere a reparar los daños que las empresas ocasionan a la sociedad, por otro lado, otorgar el beneficio en sí.

2.1.9.3 Rentabilidad Ambiental

La rentabilidad ambiental, muchas veces es analizada desde el punto de vista de ahorro por posibles sanciones, prevenir el impacto ambiental que se puede causar a costa de las actividades que se llevan a cabo en la empresa, lo que nos conlleva a realizar una economía amigable con el medio ambiente, para no estar expuestos a posibles sanciones por parte de los entes de control.

2.1.10 GRI: Global Reporting Initiative

GRI, por sus siglas en inglés, se lo conoce como Iniciativa de Reporte Global. Fue creado por la convocatoria de la *“Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones*

Unidas (PNUMA)” (Ortiz, 2006)Esta iniciativa hha desarrollado la guía para la elaboración de memoria de sostenibilidad. Una base fundamental en la creación de esta memoria es la necesidad de mejorar la calidad de vida, proporcionando una forma más confiable y segura que pueda ser utilizada en las organizaciones (grupo de interés).

Es importante profundizar en los conocimientos que abarcan la memoria de sostenibilidad², en cuanto al desarrollo económico y sostenible para resolver los problemas; esto influye en el impacto económico, social y ambiental, además de conocer los beneficios que brinda.

A continuación se especificara los puntos más importantes que conlleva la elaboración del GRI (GRI, 2002).

- La gestión eficaz en una economía global, donde la información (Fiable o no) viaja a la velocidad del internet, requiere un enfoque proactivo. la medición e información del desempeño, tanto pasado como anticipado, de una organización constituye en una herramienta de gestión esencial en esta era de la información en la que vivimos interconectados y a gran velocidad.
- El dialogo continuo con inversionistas, clientes, asesores, proveedores y empleados es el medio más efectivo para diseñar las estrategias y basa la toma de decisiones al momento de operar la compañía. La información es un elemento imprescindible para cimentar, mantener y dar forma a un compromiso con los partes interesadas. La elaboración de memorias puede ser de utilidad a la hora comunicar las oportunidades y los retos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones, de un modo mucho más fiable que mantiene la mera respuesta a las soluciones de información planteadas por las partes interesadas.

² **Memoria de Sostenibilidad:** expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización.

- La elaboración de una memoria de sostenibilidad implica la creación de un instrumento que vincule las funciones habitualmente aisladas y diferenciadas en una corporación. Además, gracias a estas memorias se puede establecer diálogos internos que de otra manera serían imposibles.

2.2 Marco Conceptual

- **Banano:** Es una fruta cultivada en los climas tropicales, con alto contenido de potasio, además de ofrecer un alto nivel nutricional, en Ecuador la exportación de Banano es la segunda fuente de divisas e ingresos para el país.
- **Buenas prácticas Agrícolas:** Incorpora las acciones o proyectos que permite la adquisición y el desarrollo de vínculos para trabajar en equipo. Además de desarrollar procesos de gestión en las empresas para reducir los riesgos físicos, químicos y biológicos en la producción y lograr resultados innovadores, sostenible y eficiente.
- **Calidad de vida:** es un concepto que sirve para medir netamente el bienestar social, tanto de individuos como de las sociedades en su conjunto, el índice para medir habitualmente este parámetro es el Índice de Desarrollo Humano.
- **Consecuencia en el Medio Ambiente en la Producción Bananera:** La producción Bananera puede afectar al medio ambiente en mayor o menor medida, debido a los agro-químicos y fertilizantes que se utilizan al momento de la producción agrícola, además del uso de combustibles, lo que implica la emisión de desechos tóxicos al medio ambiente, recalcando que no solo afecta las áreas en donde se aplica, si no que los efectos viajan varios kms a la redonda, afectando el medio ambiente en su conjunto.
- **Desarrollo:** son hechos o actos que permiten a la persona actuar y progresar constantemente de manera moral, espiritual, social y económica.
- **Desarrollo Sustentable:** Implican el desarrollo del ser humano con el compromiso de respetar los aspectos medioambientales y sociales globales, establecidos por las organizaciones de control, e incentivando a la mejora de los ecosistemas y la satisfacción de las necesidades organizacionales de la sociedad.

- **Equidad:** es cuando dos personas de diferente género tiene las mismas capacidades de hacer las tareas y funciones.
- **Ética:** : es la ciencia que abarca las relaciones morales y espirituales mediante el estudio y el comportamiento del ser humano; usualmente se clasifica las acciones en dos términos de un juicio moral-ético, que está determinado por la conciencia, en termino de aprobación o negación a dicha acción
- **Grupo objetivo:** es el grupo de personas o comunidades de interés, se los considera los destinatarios de una campaña, producto, servicio o alguna acción dirigida a este grupo meta.
- **Mapeo de Stakeholder:** es la acción de identificar y clasificar los grupos de interés que intervienen activamente en una compañía u organización.
- **Medio ambiente:** se entiende por medio ambiente todo lo que rodea al ser humano, que delimita o incentiva la calidad y condiciones de vida de un ser vivo.
- **Moral:** son las normas, reglas o creencias que rigen el comportamiento del ser humano, normalmente delimitado por los juicios morales o de conciencia.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** es la actitud responsable frente a los grupos de interés; en el cual que permite implementar y realizar estrategias en áreas asignadas, que permitan mejorar procedimientos dentro de la empresa y garantizar la sostenibilidad, es decir, obtener un desarrollo integral en los procesos con relación a la participación que conforman los clientes, proveedores, consumidores, comunidades, etc. Aportando la calidad de vida; aprovechando los recursos naturales y el medio ambiente.
- **RSE:** Responsabilidad Social Empresarial.
- **RS:** Responsabilidad Social.

- **Sector Agrícola:** Lugar o área determinada dentro de un territorio que se dedica a la producción y explotación de la tierra (agricultura).
- **Valor:** Darle mayor importancia a un tema, que puede ser valor monetario, social, ambiental, ético, etc.
- **Valores que Conforman la Responsabilidad Social Empresarial:** no existe una clasificación de un número de valores que lo conformen, algunos autores señalan que todos los valores éticos y principios morales son la base de la RSE.

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

3.1. Marco Metodológico

El presente estudio se conforma de un análisis cuantitativo y otro cualitativo, que se realizó en la Hacienda San Germán III, para realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa en cuanto a normas de calidad, protección del medio ambiente y desarrollo humano. Más tarde se realizó la respectiva revisión y análisis en base a los resultados obtenidos de la misma.

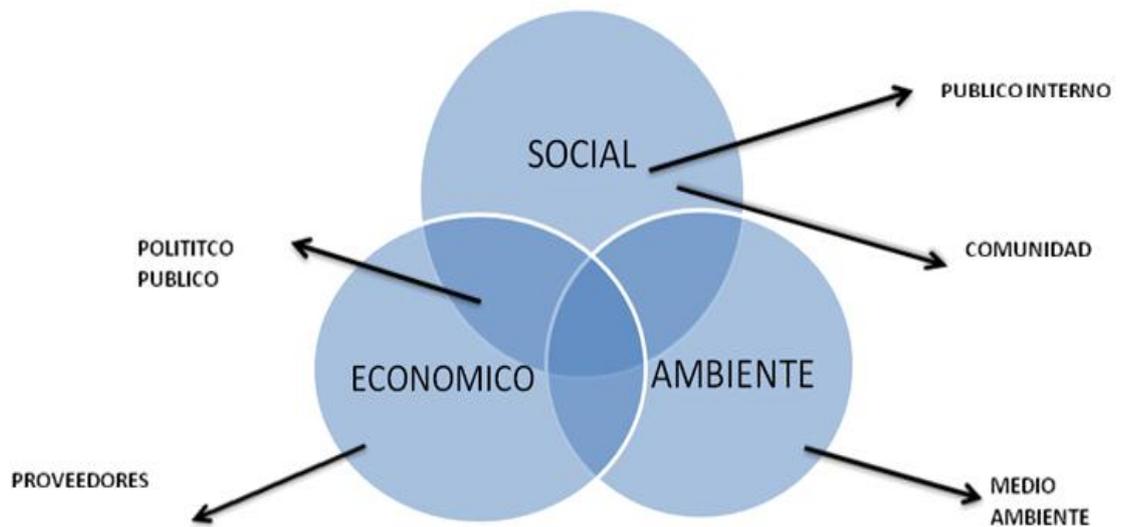
El modelo a utilizar, como se mencionó anteriormente, es el Modelo "Fundación ProHumana", en el que se pretende llegar a lo siguiente:

- Crear habilidades para mejorar el desempeño
- Optimizar los procesos
- Trabajar en equipo
- Desarrollar nuevas estrategias para la toma de decisiones

3.2. Diseño de la investigación

Esta investigación consiste en diseñar un modelo piloto que tiene como propósito aclarar y enfocar la visión de las empresas, debido al surgimiento de los impactos ambientales y sociales. Este enfoque permite determinar temas relevantes acerca de la responsabilidad social empresarial, profundizar en los factores que sustentan la misma y hacer una evaluación para tomar medidas correctivas en caso de ser necesarias.

Ilustración 31: Modelo Estratégico de RSE



Elaboración: Álvarez, M.

Como podemos observar en la ilustración 31, las dimensiones que abarcan la responsabilidad social empresarial son la social, económica y ambiental.

El modelo de gestión (prohumana, 2006), recalca que "Se ha permitido diseñar un Modelo de Gestión en el cual se incorporan los aprendizajes adquiridos, y se entregan los lineamientos claves, para un proceso de implementación de RSE"; es decir que este Modelo es considerado un medio para crear un proceso sostenible para la implementación de RSE en las empresas a favor de los grupos de interés.

3.3 Componentes de la RSE

A continuación, se describirá detalladamente los componentes a tomar en consideración para implementar la RSE en la empresa.

3.3.1. Ética y el Buen Gobierno Corporativo

La implementación de un Gobierno Corporativo³ nos permite crear las estructuras apropiadas para la toma de decisiones en la empresa, además que conlleva intrínsecamente los parámetros que rigen las relaciones de poder entre los propietarios, parte administrativa y por ultimo con todos los grupos de interés (clientes, consumidores, proveedores, gobierno, empleados, etc.).

Este indicador se fundamenta en 5 subcomponentes que son:

✓ Código de ética

La idea es aclarar los valores acerca del comportamiento del individuo frente a los grupos de interés, permitiéndoles una adecuada comunicación para que se sientan identificados con la empresa. En este código se transmiten las acciones responsablemente frente a toda la organización en situaciones específicas.

✓ Gobierno corporativo

Es importante conocer los factores que integran la empresa y velar por ellos, para cumplir todas las funciones y obligaciones en la toma de decisiones.

✓ Transparencia en los Informes Contables

Se maneja proactivamente en cumplir con las funciones contables y así, asegurar y respaldar la información financiera tanto interno como externo.

✓ Relaciones Leales con la Competencia

Esto marca la situación ética implantada en la empresa para asegurar la fidelidad y respaldo de las acciones hacia la competencia.

³ Gobierno Corporativo: se refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, como son los tres poderes dentro de una sociedad: los Accionistas, Directorio y Alta Administración.

✓ **Reporte de Sustentabilidad**

Es un medio de comunicación que usa la empresa para divulgar los resultados económicos, sociales y ambientales de la y la incorporación de información relevante de la misma, que permita una comprensión del desempeño, por la empresa y sus grupos de interés.

3.3.2. Público Interno (Calidad de Vida Laboral)

Esta área recalca la manera en la que se deben establecer las relaciones entre el empleado - empleador, considerando que cada parte involucrada tiene necesidades dentro de la organización y lo idóneo es aproximar sus aspiraciones mediante el diálogo y la comunicación con el fin de resolver posibles problemas con profesionalismo y responsabilidad; por ende, es muy importante velar por el crecimiento de capital humano, por ejemplo: disfrutar día a día los conocimientos adquiridos, gozar de la salud, etc.

Este indicador se fundamenta en 10 subcomponentes:

✓ **Seguridad e Higiene**

Es importante mantener la seguridad de los trabajadores para prevenir los accidentes en caso de ocasionar incendios, maltrato laboral y correr el riesgo de las enfermedades, es decir, tomar medidas necesarias para no suceda dicha situación. Por ejemplo: Cada empleado debe de estar afiliado al seguro social con sus respectivas aportaciones.

✓ **Políticas de Salud**

La empresa debe preocuparse por la salud física y psicológica de los trabajadores, la cual consiste en realizar actividades mediante charlas informativas, para prevenir situaciones que afecten la calidad de vida. También es importante contar con un ambiente sano, como por ejemplo muchas empresas colocan dispensadores de antibacteriales en las oficinas, restringen la entrada a las

áreas cerradas o de conglomeración de personal a colaboradores con enfermedades gripales, por otro lado muchas empresas antes de la contratación piden que se realicen chequeos médicos, etc.

✓ **Políticas de contratación**

El objetivo de este componente se debe al proceso de selección y vinculación de personal, que sea justo y razonable orientado bajo los criterios idóneos. Por lo tanto, no debe de existir discriminación por su color, por su discapacidad o entre otros, debe de existir equidad entre todos los aspirantes a una vacante.

✓ **Políticas de organización de trabajadores: sindicatos, asociaciones, cooperativas o clubes**

Alrededor del mundo existen una vasta cantidad de empresas que no cuentan con una organización de trabajadores: sindicatos, clubes, cooperativas, etc., y Ecuador no es la excepción, sin embargo es importante buscar, desarrollar y establecer vías de comunicación entre el empleador y empleado tal como lo indica la OIT: "Libertad de asociación y sindicación y, reconocimiento al derecho a negociación colectiva (Unión EEUU) " (Chiriboga Ycaza, Principios internacionales bases para la RSE, 2012)

Es importante recalcar que la constitución política del Ecuador en el art. 35 y numeral 9 garantiza el derecho de asociación sindical de trabajadores y empleadores, siempre y cuando se persigan las siguientes cosas:

1. La capacitación profesional;
2. La cultura y educación de carácter general son aplicados a la correspondiente rama del trabajo;
3. El apoyo mutuo mediante la formación de cooperativas o cajas de ahorro;
4. Los demás que entrañen el mejoramiento económico o social de los trabajadores y la defensa de los intereses de su clase

✓ **Políticas de Capacitación**

En base a los estudios realizados en el Ecuador, se han encontrado diversas maneras de impartir a los empleados conocimientos, siendo una de estas mediante charlas o folletos permanentes, que brinda la empresa. El cumplimiento de esto se refleja en que los empleados realicen eficientemente sus actividades y con esto la empresa puede crecer en productividad.

Es importante destacar que la constitución hoy en día obliga a la empresa a capacitar y destinar cierto rubro al desarrollo intelectual del trabajador.

✓ **Políticas de Beneficios**

Como lo indica el blog La Tercera, la política de beneficios permite "elevar los niveles de satisfacción de los trabajadores, al dotar de sentido el trabajo diarios para ellos" (Teixidó, 2011).

Esta política de beneficios debe ser justa y equitativa, en la que los empleados son reconocidos por sus empleadores. Existen beneficios en base a resultados o beneficios por metas alcanzados, los mismos que pueden ser variables o fijos.

✓ **Conciliación Vida Familiar con la Vida Laboral**

Es esencial que exista un equilibrio entre la vida familiar y laboral de los empleados, pues de este depende en gran parte el desenvolvimiento satisfactorio de las actividades de los mismos dentro de la organización. La empresa permite esta conciliación gracias a: permisos especiales para atención de su educación o salud, realización de actividades recreativos juntos a la familias, y motivarlos a crecer profesionalmente dentro de la empresa.

✓ **Política de Previsión**

Es el eje que abarca el concepto de prevenir el ámbito social y económico del empleado, en el que como su palabra lo dice, debe ayudarlos a prepararse para

una futura jubilación. Para esto la empresa deberá hacer previsión de pagos de utilidades, de gastos de jubilación, charlas motivacionales para quienes estén cerca en el proceso de jubilación y hasta fondos privados de pensión bajo una retención mensual de un pequeño porcentual del sueldo de los empleados, entregado con interés al momento de su retiro.

✓ **Política de Prevención y Sanción del Acoso**

Los casos del acoso psicológico, físico y hasta sexual dentro de las organizaciones son penosamente escuchados en la actualidad. Evidentemente, estos actos ilícitos conllevan a tomar preventivas sanciones para sancionar y corregir el hecho, manteniendo la reserva la identidad del acosador y del afectado.

Para esto, es importante realizar un manual de procedimientos, códigos y normas que regulen las conductas, con el fin que exista un orden interno de la empresa.

✓ **Política de Diversidad**

Esta política consiste en el respeto hacia las demás personas de la organización, sea cual sea su condición, ya sean discapacitadas, especiales o personas de distintas etnias. Esto perfecciona el cumplimiento de la responsabilidad social, alcanzando profesionalismo y beneficios sociales y económicos.

3.3.3. Medio Ambiente

Esta dimensión abarca y analiza el impacto ambiental de la empresa, garantizando el cuidado del consumo de energía, agua, CO2, etc. Es importante conocer los impactos para prevenir secuelas y así poder aplicar prácticas de productividad que no alteren al ecosistema.

Este indicador se fundamenta en 2 subcomponentes:

✓ **Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales**

Consiste en cumplir las normas y estándares para minimizar el impacto ambiental que desemboquen las empresas en cualquiera de sus procesos. Ya que este podría ser perjudicial para los integrantes de las mismas.

✓ **Sistemas de Gestión y Prácticas Medioambientales**

La mejor forma de implementar este sistema es enfocándose en la disminución del impacto ambiental negativo, teniendo en cuenta que las empresas que se desarrollan en el sector industrial son las que generan un mayor impacto al medio ambiente. Esto se puede lograr gracias a la práctica de ahorro en los puntos de mayor afectación, además gracias al reciclaje de recursos se puede sistematizar la gestión ambiental de la empresa y sus relacionados: cadena de valor, proveedores de insumos y materia prima, transportistas, etc.

3.3.4. Proveedores (Cadena de Valor)

Este eje abarca la importancia de mantener estables y estrechas relaciones con los proveedores. Señala que se debe ser responsable con los mismos y saber trabajar en equipo para asegurar el bienestar laboral de ambos.

En los negocios debe existir una cadena de valor asociativa, donde todos se vean involucrados con un enfoque unificado.

Este indicador se fundamenta en 4 subcomponentes:

✓ **Desarrollo de los Proveedores**

En este eje se considera diseñar políticas orientadas a asegurar términos de contratación, así poder velar para impedir falsas irregularidades al cumplimiento laboral. Y otra opción, cumplir acuerdos comerciales que permitan el desarrollo de empresas proveedoras, sobre todas aquellas que generen desarrollo económico y social a nivel local.

✓ **Encadenamiento Productivo**

Como ya se mencionó, en la RSE las empresas son parte de una cadena productiva, que tiene proveedores y distribuidores, generando negocios complementarios dentro del mismo sector productivo. Este encadenamiento bajo una metodología socialmente responsable crea desarrollo para la comunidad local.

✓ **Aspectos laborales / Derechos Humanos**

En este eje se considera que se debe regular las condiciones de contratación y de trabajo para los proveedores, con el fin de cumplir con las normas legales y laborales establecidas. Por ejemplo: No someter a personas menores de 18 años a trabajos duros, No contratar mano de obra infantil, no tener de mano de obra forzada, contratar formalmente con sueldos mínimos establecidos por la ley, pagando mensualmente la seguridad social, etc.

3.3.5 Comunidades

Se busca que la comunidad y la empresa estén estratégicamente involucradas en el sistema de ganar-ganar, de tal manera que el apoyo que se dé a las comunidades permita crear y sostener el valor de la empresa.

Este indicador se fundamenta en 2 subcomponentes:

✓ **Diálogo con Público de Interés**

Este mecanismo se lo utiliza con la intención de tener una comunicación más fluida y permanente con ellos, y así poder conocer con más efectividad las necesidades del público de interés.

A continuación, se muestra una Matriz de Interés/ poder en la que se identifica con lo mencionado.

Ilustración 32: Matriz de Interés/ Poder



Fuente: (Chiriboga Ycaza, Matriz de Poder e Interes, 2010)

✓ **Inversión Social / Vinculación Comunidad**

Se refiere a la relación que establece la empresa con la comunidad. Se identifican las necesidades de la comunidad para resolver posibles problemas que tengan con la ayuda de inversiones económicas, permitiendo así desarrollo social, económico y ambiental. Algunas formas de implementar esto son las siguientes: generando proyectos sociales con la comunidad, aportando donaciones, etc.

✓ **Voluntariado Corporativo**

Se refiere a un conjunto de acciones que los empleados de la empresa, efectúen para proyecto de inversión social. Tales como juntar dinero, dar capacitación a las personas cercanas, etc.

3.3.6. Política Pública (Relación con consumidores)

Las políticas públicas empresariales tienen como su principal objetivo generar las estrategias de las operaciones y los consumidores. El estado a su vez sirve de manera retroactiva para las buenas prácticas empresariales y a su vez aumentar la competitividad y bienestar con sus consumidores potenciales y no potenciales, sin dejar de lado su función de regulación que ejerce el estado como tal.

Este indicador se fundamenta en 3 subcomponentes:

✓ Relación con los Consumidores

Este mecanismo busca relacionar de mejor manera a la empresa con los consumidores. Al mismo tiempo, establece una comunicación más efectiva y su vez, genera la satisfacción al cliente, para poder tomar las mejores decisiones al enfrentar un conflicto. La forma de implementarlo es conocer en base a las opiniones y sugerencias para resolver la atención de los clientes, que todos los miembros de la empresa conozcan lo importante que esto significa. Por otra parte, es una labor importante, informar al consumidor acerca del producto a consumir, en el cual ha sido elaborado por un adecuado proceso ambiental, y advertirle de su mal uso o uso indiscriminado.

✓ Política Publicitaria

Teniendo claro los objetivos y metas que prosiguen las empresas, cuyo principal objetivo es incrementar al máximo la rentabilidad, se observan criterios que diferencian en gran medida, en algunas situaciones se promueven campañas publicitarias engañosas sin importar el daño que se puede causar. Motivo por el cual, se debe generar y promover un marketing responsable, eliminando cualquier tipo de publicidad engañosa, para así evitar en lo posterior reclamos o situaciones de conflicto con el consumidor.

✓ **Conocimientos de Daños Potenciales**

Esto implica que la empresa debe de asegurar la calidad de vida de los consumidores, evitándoles daños y prejuicios debido al proceso de producción. La forma de implementarlo es realizar un chequeo sobre los efectos del producto o servicio continuo mediante la investigación.

Para esto se establece un código de productor, para identificar cualquier daño de que productor proviene.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1 Procesos del diseño de un Plan de Acción de RSE en la Hacienda San Germán III en el Cantón Milagro

Se aplicará la Responsabilidad Social Empresarial, en la Hacienda San Germán III, la cual se encuentra ubicada en Milagro, la misma que consta de 80 hectáreas. Una forma de establecer el sistema de RSE, es crear un sistema y proceso basado en los conceptos que intervienen en la responsabilidad social empresarial (RSE). Por lo tanto, se realizará una evaluación para llegar a conocer en qué parte se ve la necesidad real de fortalecer y mejorar en procedimientos, conceptos y demás.

4.2 Análisis de los problemas y potencialidades de la Hcda. San Germán III en su entorno

De la investigación en la Hacienda San Germán III, debemos plantearnos si existen o no las disposiciones operativas organizacionales, para lo cual se realizará un estudio para conocer las falencias de la empresa. Para esto, se utilizará un modelo de implementación de un plan de acción (a pequeña escala) de Responsabilidad Social Empresarial. Este modelo abarca las relaciones que integran los factores ambientales, económicos y sociales, en donde se evaluará el funcionamiento actual de la organización.

Es importante señalar, que al ser esta una empresa familiar, se deben tomar en cuenta todos los aspectos relevantes al momento de la toma de decisiones, para que no existan contradicciones, o decisiones que choquen entre sí por parte de los administradores, además de fortalecer la confiabilidad de todos y a su vez la imagen solida de la empresa.

Un eje fundamental del modelo de RSE, es el análisis y conocimiento de manera detallada de cada uno de los grupos de interés, que interviene en el funcionamiento de la empresa. Este estudio se lo conoce como mapeo de stakeholders, esto se basa en una Matriz de Poder/interés, la cual permite medir la importancia de las partes integradas.

A continuación los pasos a seguir para desarrollar la matriz poder-interés:

a) Diagnosticar en cada elemento quienes intervienen en el Grupo de Interés:

Típicamente primarios:

- Inversionistas (Teoría Shareholders)
- Empleados
- Consumidores
- Proveedores y distribuidores (socios estratégicos)
- Comunidades locales

Típicamente secundarios:

- Gobierno y entes reguladores
- Sociedad civil y ONG's
- Sindicatos/asociaciones de empleados
- Medios de comunicación
- Mundo académico
- Asociaciones gremiales
- Competidores

B) Mencionar y establecer que funciones interviene en cada uno de los elementos de Grupo de Interés aplicado al "Grupo Álvarez":

Primarios

Accionista	Germán Álvarez reyes y Milton Álvarez
Empleados	Administrativos, contador, Trabajadores del campo
Consumidores (final).	Súper mercado europeos y chileno(Firesky)
Cliente	FIRESKY S.A.
Proveedores	F.U.A.O
Comunidades Locales	Comunidades cercanas a la empresa

Secundarios

Gobierno y entes reguladores	E-magap
Organismos de sociedad civil y ONG'S	No tenemos
Sindicatos/ asociaciones de empleados	No tenemos
Medio de Comunicación	No ubicado
Mundo académico	No ubicado
Asociaciones gremiales competidores	No ubicado

c) Identificar cuáles son las expectativas y efectos del Grupo de interés:

Para realizar esta sección, se analizará detalladamente cada uno de los elementos; para ello se realizará una encuesta a profundidad a cada grupo de interés, lo que permitirá conocer las expectativas y efectos. Al finalizar el objetivo de la investigación, se anexarán las encuestas planteadas correctamente.

Técnicas para la obtención de datos:

Se realizará una encuesta a cada grupo de interés para conocer la información y actitudes de las personas intervenidas. En el cual se emplea un análisis y medir el grado de la Matriz de poder e interés en la que se encuentran:

Ilustración 33: Matriz de Interés/ Poder de la Hacienda San German III

Interés +	PROVEEDOR / EMPLEADO *hay que mantenerlos adecuadamente informados *Hay que dialogar con ellos para asegurarse de que ningun tema critico esta en gestacion *Normalmente son SH que pueden aportar informacion valiosa	CLIENTE / ACCIONISTAS *hay que relacionarse y comprometerse completamente *Merecen todos los esfuerzos para mantenerlos sastifiechos
	COMUNIDAD *Hay que monitorearlos * No hay que molestarlos con mucha informacion	GOBIERNO * Requieren todo el esfuerzo que sea necesario para mantenerlos
	-	+
	PODER	

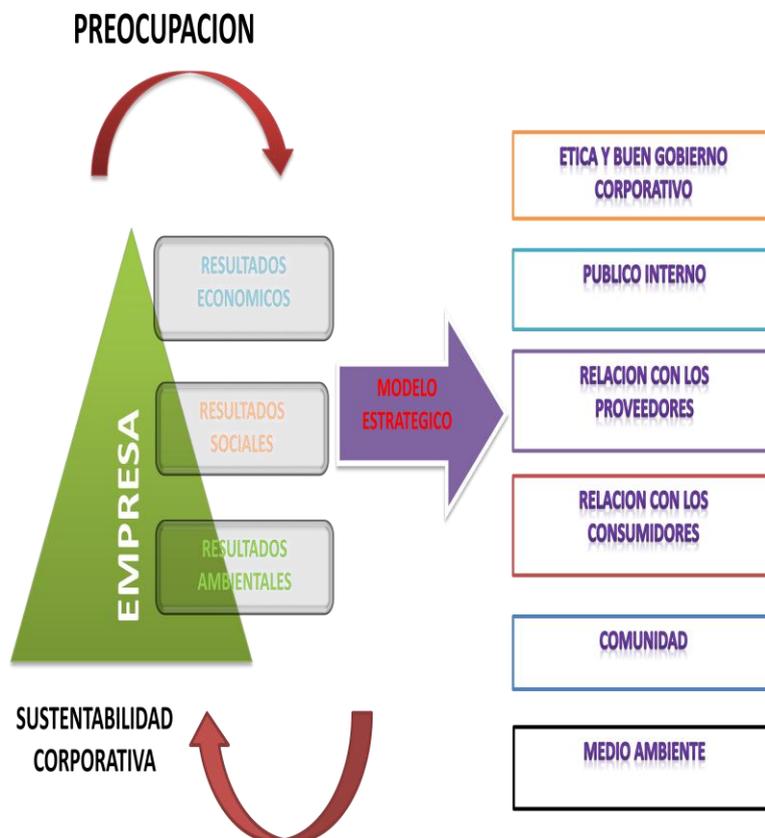
Elaboracion: Alvarez, M.

4.3. Identificación de las fases de implementación del Plan de Acción de RSE y objetivos de corto y mediano plazo

Este modelo estratégico de RSE permitirá establecer el proceso considerando tres puntos importantes:

1. Una forma de diagnosticar la RSE es aclarar los puntos importantes mediante una gráfica.
2. En base a los resultados obtenidos, se diagnosticará el grado del campo empresarial mediante los componentes integrados en la evaluación de RSE.
3. Se realizará una evaluación y planeación para llegar a conocer las falencias que cuenta y así mismo poder corregirlas.

Ilustración 34: Modelo de Fundación Prohumano



Fuente: (prohumana, 2006)

4.4. Diagnóstico de RSE

En este capítulo efectuaremos el diagnóstico de RSE para medir los puntos importantes de RSE que tiene en la Hacienda San Germán III en el cantón Milagro. De esta manera, se podrá analizar detalladamente cada punto para integrar el modelo piloto en la hacienda y así, desarrollarlo y aplicarlo para mejorar en un 100% todos sus componentes.

4.5 Resultados obtenidos de RSE

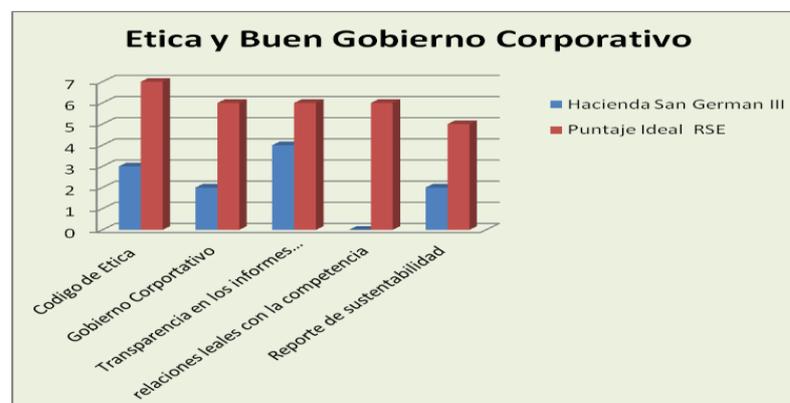
En esta sección se analizará detalladamente cada componente mediante un diagnóstico de RSE en la Hacienda San Germán III. Además, cada componente contará con una tabla de puntuación para conocer el rango actual de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa. Es importante estar al tanto en qué nivel se encuentra la empresa en cada uno de ellos en comparación al puntaje ideal de RSE, lo que ayudará a saber cuán alto debe apuntar la empresa.

Anexo 2. Diagnóstico de Modelo RSE en una empresa.

A continuación, la evaluación en cada componente de RSE:

4.5.1 Componente Ética y Buen Gobierno Corporativo

Ilustración 35: Subcomponentes de Ética y Buen Gobierno Corporativo, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



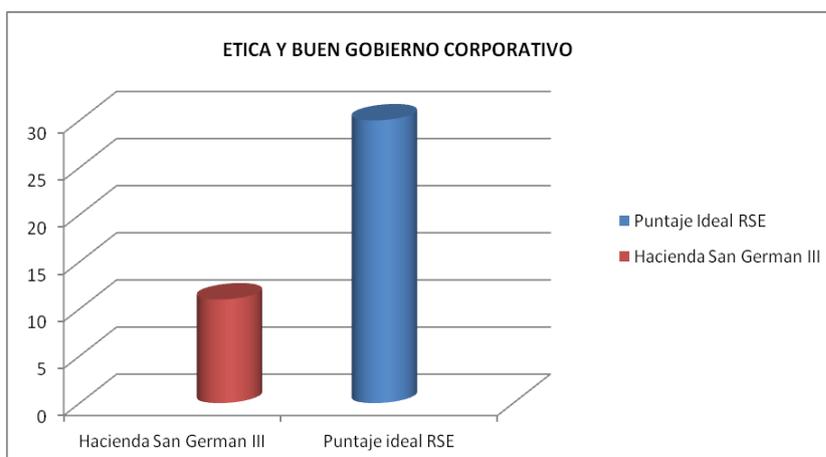
Elaboración: Álvarez, M.

Los resultados de la gráfica # 35 Ética y Buen Gobierno Corporativo nos muestran resultados no tan alentadores. Por un lado, la empresa no cuenta con un código de ética escrito, pero la puntuación promedio se debe al ejemplo de valores y principios que caracterizan a los directivos, pero es evidente que es esencial un código de ética que defina claramente los valores que guíen el accionar de todos los integrantes de la empresa. Por otro lado, la empresa no cuenta con un gobierno corporativo que aclare las funciones de los integrantes que intervienen en la empresa, así como las sanciones en caso de no cumplir con las normas establecidas. En cuanto a los informes contables, si se lleva un control interno para mantener a todos informados y sostener la rentabilidad adecuada sin afectar a terceros, pero no son expuestos de manera pública a terceros.

Se recalca que si bien es cierto, la empresa se mantiene informada de los asuntos sociales, económicos y ambientales que la rodean, esta no lleva un reporte de sustentabilidad que sirva para mejorar falencias en ciertos puntos.

➤ Menor a 13 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 14 y 21 puntos , es regular
➤ Entre 22 y 29 puntos , es bueno
➤ Mayor a 30 puntos , es excelente

Ilustración 36: Ética y Buen Gobierno Corporativo, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

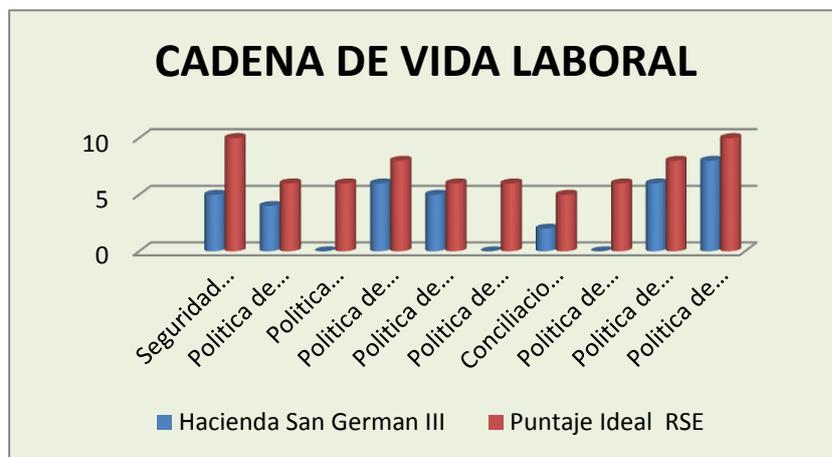


Elaboración: Álvarez, M.

La Hacienda San Germán presenta un puntaje de 11/30 puntos, es decir que la labor que realiza en este componente es insuficiente, por lo que es importante tomar muy en consideración los subcomponentes en los que hay que poner más ahínco.

4.5.2 Componente Calidad de vida y laboral

Ilustración 37: Subcomponentes de Calidad de Vida laboral, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



Elaboración: Álvarez, M.

La grafica # 37 nos muestra que el componente de calidad de vida laboral se encuentra relativamente bien y estable, cumpliendo los conceptos de la mayoría de sus subcomponentes. Por un lado, políticas tales como la seguridad e higiene, salud, contratación, capacitación, prevención, diversidad y conciliación de vida personal, no se encuentran lejanos al puntaje ideal de RSE, esto gracias a las diferentes actividades o flexibilidades que se les brinda a los trabajadores, como mantenerlos informados de procedimientos para evitar riesgos físicos, charlas informativas acerca de la política de salud y control del medio ambiente y flexibilidad en los horarios en caso de ser necesario. Además, es importante mencionar que la empresa controla y previene el acoso sexual y discriminación bajo los códigos establecidos por la ley. Por otro lado, es una realidad que existen falencias en cuanto a la escasez de sindicatos, beneficios tales como reconocimientos por desempeño y políticas de previsión.

➤ Menor a 22 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 23 y 38 puntos , es regular
➤ Entre 38 y 52 puntos , es bueno
➤ Mayor a 53 puntos , es excelente

Ilustración 38: Calidad de Vida laboral, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

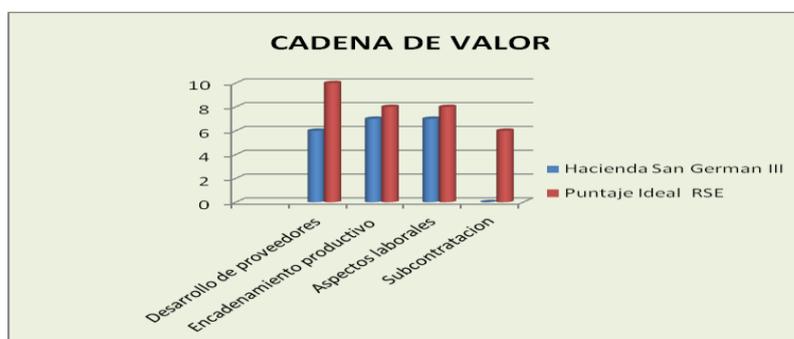


Elaboración: Álvarez, M.

La Hacienda San Germán III obtuvo una calificación “regular” de 36/71 puntos, es decir que es esencial realizar las correcciones necesarias en los subcomponentes ya mencionados, para lograr una mayor puntuación en un futuro no muy lejano.

4.5.3 Componente de Cadena de Valor(Proveedores)

Ilustración 39: Subcomponentes de Cadena de Valor, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

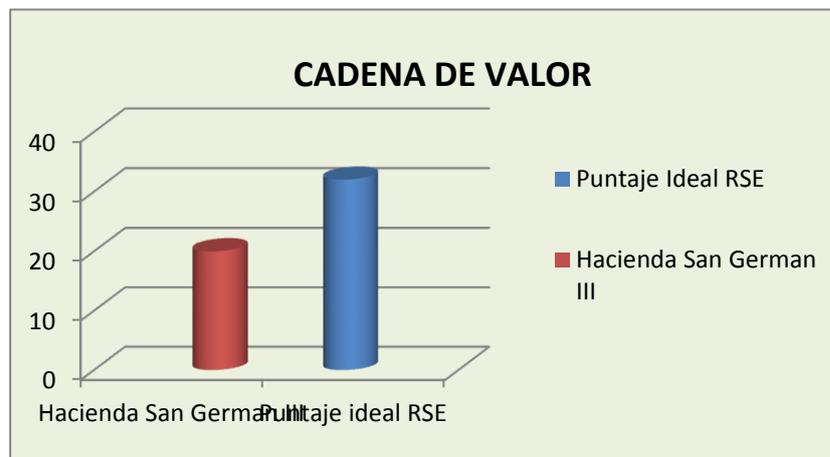


Elaboración: Álvarez, M.

La gráfica # 39 del componente de cadena de valor, indica que casi todos sus sub-componentes tienen un buen desempeño. El puntaje promedio del desarrollo de proveedores demuestra que la empresa está consciente de la importancia de tener buenas relaciones con ellos debido a los procedimientos que comparten. El encadenamiento productivo genera orientación en el desarrollo económico y social en las comunidades cercanas a la hacienda. Es importante mencionar que sí hace falta concientizar a sus proveedores en cuanto al tema de RSE.

➤ Menor a 10 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 11 y 16 puntos , es regular
➤ Entre 17 y 22 puntos , es bueno
➤ Mayor a 23 puntos , es excelente

Ilustración 40: Cadena de Valor, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

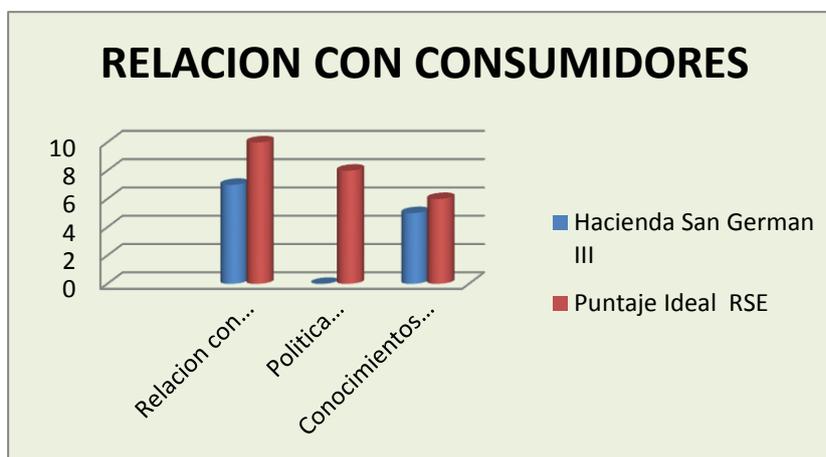


Elaboración: Álvarez, M.

La puntuación que se obtuvo frente al puntaje ideal de RSE fue de 20/32 puntos, encontrándose en un rango considerado "bueno".

4.5.4 Componente relación con consumidores (Marketing Responsable- Consumo Responsable)

Ilustración 41: Subcomponentes de Relación con Consumidores, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



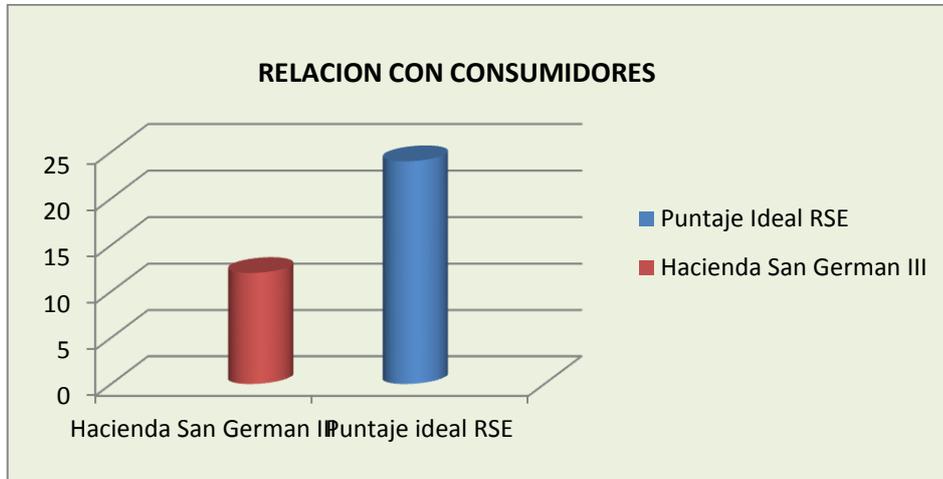
Elaboración: Álvarez, M.

El grafico # 41, nos muestra la relacion que tiene la empresa con los consumidores, la misma que establece mecanismos de comunicación que permiten un dialogo fluido, logrando contar con la satisfaccion de los clientes, gracias a la elaboracion de su producto bajo procesos medioambientales adecuados.

Por otro lado, como sabemos, se trata de una empresa productora de banano, hablar de una politica publicitaria puede parecer un tanto complicado y hasta cierto punto innecesaria, pero es importante fortalecer las decisiones en este sub-componente ya que el no realizase esto la empresa se podría de estar privando de otras mejores opciones de mercado interesadas en ella, ya que no se da a conocer. En adición, la empresa cuenta con mecanismos para prohibir sustancias o productos dañinos para el consumidor, para ello se realizan respectivos seguimientos.

➤ Menor a 7 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 8 Y 12 puntos , es regular
➤ Entre 13 Y 17 puntos , es bueno
➤ Mayor a 18 puntos , es excelente

Ilustración 42: Relación con Consumidores, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

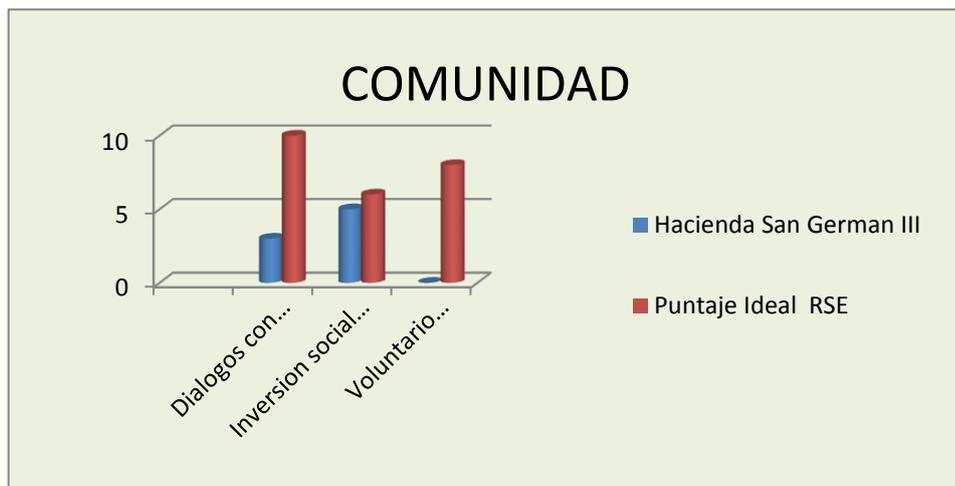


Elaboración: Álvarez, M.

Aunque la empresa tiene un buen desempeño en la mayoría de sus subcomponentes, el puntaje en este componente es de 12/ 24, es decir que se encuentra ubicada en un rango regular, probablemente se deba a la falta de política publicitaria como se mencionó anteriormente.

4.5.5 Componente Comunidad

Ilustración 43: Subcomponentes de Comunidad, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



Elaboración: Álvarez, M.

Es importante que toda empresa deba reconocer sus grupos de interes, de manera en especial a sus comunidades cercanas para ser responsables socialmente con ellas. La empresa ha identificado su publico de interes (clientes, proveedores, comunidad, etc), y felizmente la Hacienda San Germán III mantiene excelentes relaciones con ellos forjadas gracias a la fluida y constante comunicación. Esta empresa no cuenta con un voluntariado corporativo, pero se han generado iniciativas orientadas a apoyas causas sociales.

➤ Menor a 11 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 12 Y 18 puntos , es regular
➤ Entre 19 Y 25 puntos , es bueno
➤ Mayor a 26 puntos , es excelente

Ilustración 44: Comunidad, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE

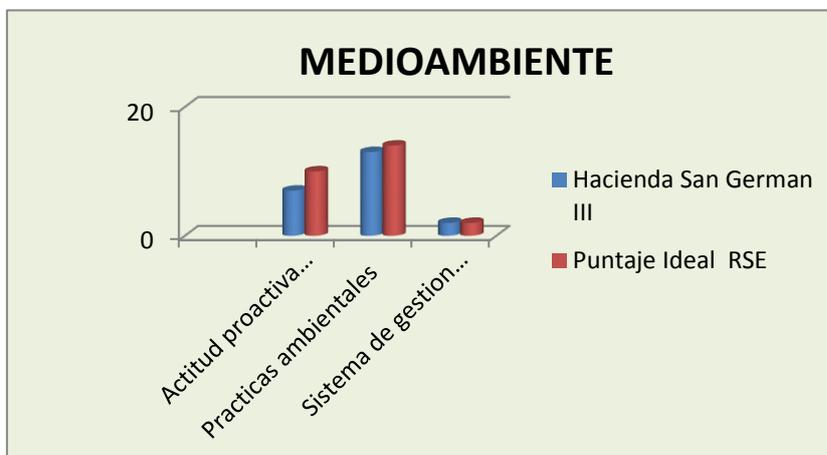


Elaboración: Álvarez, M.

Este componente tiene una calificación de 8/24 puntos, considerado insuficiente. Es decir que es importante seguir forjando este componente mediante más dialogo con los grupos de interés así como con una mayor participación en el voluntariado corporativo.

4.5.6 Componente Medioambiente

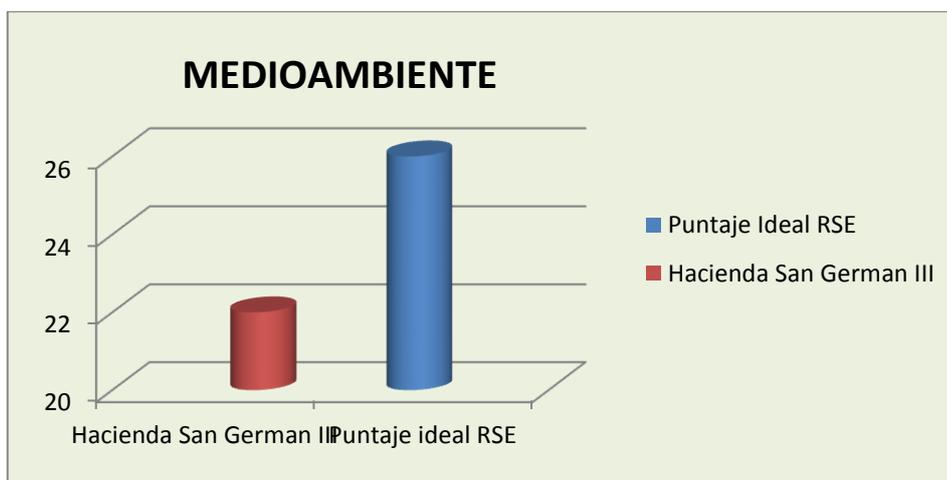
Ilustración 45: Subcomponentes de Medio ambiente, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



Elaboración: Álvarez, M.

En la gráfica # 45, el componente del medioambiente nos muestra que la Hacienda San Germán III tiene un comportamiento favorable en cuanto a la responsabilidad ambiental, la cual intenta mantener buenas prácticas con el entorno ya que es un requisito para la obtención del certificado Global GAP. Pero, no se han identificado cuales son exactamente los impactos ambientales negativos, por lo que es importante la concientización en este tema.

Ilustración 46: Medio ambiente, Hcda. San Germán III vs Modelo ideal RSE



Elaboración: Álvarez, M.

La calificación que obtuvo este componente frente al puntaje ideal de RSE fue de 22/26, considerado como bueno. Hay que seguir perfeccionando este componente que añade y sostiene valor a la empresa, por ejemplo realizar análisis en laboratorios de los productos que son utilizados en el proceso productivo, para cerciorarse que estos no son dañinos para el medioambiente.

4.6 Diseño de un Plan de Acción de RSE para la Hcda San Germán III, ubicada en el cantón Milagro

Introducción al Plan de Acción.

A continuación se procederá al diseño estratégico de un plan de implementación de RSE, a pequeña escala, para luego basado en los resultados obtenidos del plan de Acción, se proceda a implementarlo a manera macro, a expandirlo a toda la empresa y demás grupos de interés que intervienen en el funcionamiento de la misma.

Tenemos que tener claro que en el plan piloto de implementación se abarcarán temas básicos y fundamentales de la RSE, como el respeto a los valores éticos, a las personas, la comunidad, el medio ambiente, así como también el manejo de un marketing responsable, basado en que una empresa comprometida con lo anteriormente dicho, está claramente integrada a una visión empresarial moderna y de sustentabilidad en el tiempo.

Es necesario aclarar que el proceso de implementación de RSE en una empresa, es un trabajo que debe realizarse paso a paso y de acuerdo a los tiempos que la situación actual de la empresa lo requiera. No existe un tiempo establecido universal de implementación de la RSE.

Para un desarrollo idóneo y una implementación exitosa se ha determinado que la empresa contratará a una tercera empresa en el mercado, que preste

servicios digitales e informáticos para la creación de un portal web de la Hacienda San Germán III. Para la administración de dicho portal web se designara a una persona del Dpto. Administrativo con conocimientos solidos de informática y sistemas de información.

Además, es importante señalar que el presente plan piloto se debe canalizar a través de los directivos de la empresa, en conjunto con cada departamento de la compañía, en especial con el departamento de recursos humanos, que es el que está más cerca del personal, con capacitaciones, charlas informativas, etc.

Finalmente es importante resaltar que estratégicamente el modelo del plan piloto se basará en una buena comunicación tanto interna como externa, la misma que se considera clave para el éxito en la implementación de un programa de RSE. **Anexo 3.** Plan Implementación Modelo RSE empresa de la Hacienda San German III.

4.6.1 Plan de Acción Enfocado en Cada Eje Temático de la RSE de la Hcda. San German III.

A continuación se procederá a delimitar los ámbitos y bases de cada eje temático de la RSE que se tratara en el plan piloto de implementación

Tabla 7: Plan de Acción en Ética y Buen Gobierno Corporativo

PLAN DE ACCION EN ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO: REGULAR				
<u>DEBILIDADES</u>	<u>META</u>	<u>ACCION A SEGUIR</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA</u>
Falta de Código de Ética.	Elaborar un código de ética, con los debidos parámetros para la toma de decisiones.	Se debe fijar un cronograma de fechas de reuniones, para la elaboración de dicho código de ética.	Administradores y Accionistas de la empresa.	4 meses

No se ha difundido un código de ética.	Socializar dicho código de ética a cada uno de los empleados.	Una vez que se haya creado el código de ética, se debe socializar dicho código.	Dpto. de Recursos Humanos.	3 meses
La empresa no pública el Balance General a todos sus miembros.	Publicar a los grupos de interés, el Balance General después de cada periodo.	Publicar el Balance General en la el portal web de la empresa.	Dpto. de Contabilidad junto a la Persona encargada del Portal Web.	6 y 12 meses
No se elaboran reportes de sustentabilidad, ni se los difunde.	Elaborar reportes de sustentabilidad.	Designar personal, para capacitar, en temas de sustentabilidad y elaboración de informes.	Gerente Administrativo	4 meses

Elaboración: Álvarez, M.

4.6.1.1 Ética y Buen Gobierno Corporativo

Muchos autores denominan a este eje como “enfoque de los negocios basados en los valores”; este tema abarca los principios y los valores de la empresa en la toma de decisiones.

A continuación, se presentarán las debilidades detectadas, respecto a la ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO, en la Hcda. San German III, seguida de las recomendaciones y el plan de acción, para minimizar el impacto o la posible eliminación de estas debilidades.

1. Falta un Código de Ética.

Debilidad: No existe un código de ética elaborado, en el cual se especifiquen los parámetros que rigen la toma de decisiones en la empresa.

Sugerencia: Se debe elaborar un código de ética, el cual determine las acciones éticas que rigen a la empresa, y a su vez las respectivas sanciones para aquellas acciones o decisiones por parte del capital humano que estén fuera de las normas éticas.

Acción a Seguir: Elaborar un cronograma de reuniones de las áreas administrativas, en las que se fijarán reuniones individuales de la Gerencia General junto a al área, (Administrativa, Técnica, de Contabilidad y de Recursos Humanos), para que cada uno del aporte correspondiente a la elaboración de dicho código, y en lo posterior de deberán reunir todos los departamentos junto a la Gerencia General para unificar criterios y definir una posición organizacional. Para esto no deberá exceder un máximo de 4 horas semanales con cada área.

Tiempo de Evaluación: Se debe hacer una evaluación por avances.

Primer avance: 1 mes.

Segundo Avance: 2 meses.

Finalización: 4 meses, para la revisión final de los Accionistas.

2. No se ha difundido un Código de Ética.

Debilidad: Debido a la ausencia de un código de ética, no se ha socializado ni difundido ningún folleto ni se ha impartido una charla informativa sobre dicho código.

Sugerencia: Una vez que se tenga listo el código de ética, y aprobado por la respectiva junta de accionistas, se deberá difundir y socializar a cada uno de los empleados dicho código de ética.

Acción a Seguir: El departamento de Recursos Humanos programará una charla informativa de 45 minutos mensuales, por el lapso de 3 meses, en la cual se difunda el código de ética de manera verbal, adicionalmente se pedirá a una imprenta que provea un número total de 50 folletos acerca de este código para que se extienda a cada uno de los empleados.

Tiempo de Evaluación: 3 meses.

3. La Empresa no Pública el Balance General.

Debilidad: No se registra que la empresa difunda o ponga al alcance de los interesados el Balance General de cada periodo.

Sugerencia: Se debe extender a todos los miembros que conforman la empresa el resultado de final del Balance General, después de cada periodo.

Acción a Seguir: Con el fin de cumplir y subsanar esta debilidad y a la vez hacerlo invirtiendo la menor cantidad de recursos posibles, se determina que se procederá a publicar el Balance General después de cada periodo, (semestral y anual) en la página web de la empresa, por lo que el Dpto. de Contabilidad, una vez que tenga el Balance General respectivo autorizado y aprobado, remitirá dicho estado financiero a la persona encargada, el cual procederá a subirlo al portal web de la empresa.

Tiempo de Evaluación: Se debe hacer una evaluación después de cada periodo: 6 meses y 12 meses.

4. No se elaboran ni se difunden Reportes de Sustentabilidad.

Debilidad: No se elaboran reportes de sustentabilidad, donde se exponga a los stakeholders, sobre el desempeño económico, social y ambiental de la empresa.

Sugerencia: Se deben elaborar reportes de sustentabilidad, para que la imagen pública de la empresa se vea favorecida, mostrando el desempeño que tiene en el ámbito económico, social y ambiental a los diferentes grupos de interés.

Acción a Seguir: Para llevar a cabo la acción a seguir en este eje, se deberá contratar una empresa dedica a la asesoría de empresas en temas de RSE, que por un tiempo realice dichos reportes de sustentabilidad, basado en las matrices para dicho trabajo, basado en las evaluaciones e indicadores, a su vez capacitando a una persona designada de la empresa, para que lo pueda realizar en lo posterior.

Tiempo de Evaluación:

Capacitaciones: 2 meses.

Elaboración de informes: 4 meses.

4.6.1.2 Calidad de Vida Laboral

Este eje abarca todo el ambiente y entorno laboral en el que está inmerso el capital humano de la empresa, como compensaciones, beneficios, capacitaciones, crecimiento profesional y personal, atención a la familia, educación, etc.

A continuación, se presentaran las debilidades detectadas, respecto a la CALIDAD DE VIDA LABORAL, en la Hcda. San German III, seguida de las recomendaciones y el plan de acción, para minimizar el impacto o la posible eliminación de estas debilidades.

Tabla 8: Plan de Acción en Calidad de Vida

PLAN DE ACCION EN CALIDAD DE VIDA: REGULAR				
<u>DEBILIDADES</u>	<u>META</u>	<u>ACCION A SEGUIR</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA</u>
No existe un cuadro público de accidentes sobre días transcurridos del año.	Publicar cifras estadísticas de accidentes suscitados en el último año.	Colocar un letrero donde se detalla la cantidad de accidentes suscitados, a la vista de todos.	Personal Administrativo.	4 meses
No se han organizado	Organizar una actividad	Fijar una fecha	Dpto. de Recursos Humanos juntos	12 meses

actividades de integración familiar del empleado.	de integración de la empresa.	especial como día de integración de la empresa, con las respectivas actividades de dicho evento, con las familias de cada empleado.	al Dpto. Financiero.	
Ausencia de una política de conciliación familiar	Definir una política enfocada a la conciliación familiar y personal.	Establecer fechas de reuniones, para la elaboración de una dicha política organizacional.	Trabajadora Social y Dpto. de RR. HH.	4 meses
Política de previsión	Informar sobre formas de ahorro, además de incentivar al ahorro voluntario.	Crear una cuenta de ahorro programado para el personal, además de capacitar al personal en temas afines al ahorro.	Dpto. Financiero y Dpto. de RR.HH.	3 meses

Elaboración: Álvarez, M.

1. No existe un cuadro que indiquen el número de accidentes laborales transcurridos en el año.

Debilidad: En la empresa no existe un letrero de acceso público, en el que se detalle el número de accidentes laborales que se han producido en el transcurso del año.

Sugerencia: Elaborar un letrero, en el que se detalle el número de accidentes laborales y desde cuando no se ha producido uno.

Acción a Seguir: Se procederá a la fabricación y elaboración de un letrero, de estructura metálica, el cual será colocado en una posición que este a la vista de todos, en el mismo contará información sobre el número de accidentes laborales y desde que fecha no se ha producido uno.

Tiempo de Evaluación: 4 meses.

2. No se han realizado evento de integración de los empleados junto a sus familias.

Debilidad: No se han organizado actividades de integración de los empleados de la hacienda junto a su familia, en la que se tome en cuenta y se le de valor a la familia del empleado como tal.

Sugerencia: Fijar fechas de integración de la empresa junto a las familias de los trabajadores, en la cual se comparta un tiempo agradable, además de aprovechar la ocasión para difundir temas de conciliación familiar.

Acción a Seguir: Para empezar a fortalecernos en esta debilidad, se fijará cada año, tentativamente el día de las madres o la fecha de fundación de la empresa, como día de integración de los empleados junto a sus familiares, además de dedicar 30 minutos de la reunión con una charla de integración familiar, en la que se impartan valores y principios familiares.

Tiempo de Evaluación: 12 meses.

3. No existe una política definida de Conciliación de Vida Personal y Familiar

Debilidad: No existe una política organizacional, respecto a la conciliación de vida familiar y personal, y por ende no se ha difundido ni socializado dicha política.

Sugerencia: Debe darse lugar a la creación de una política organizacional enfocada a la conciliación familiar y personal, y la vez socializarse a todos los empleados.

Acción a Seguir: Establecer fechas de reuniones, de la trabajadora social con el capital humano de la empresa, donde se le consulte que le gustaría que contengan esta política, además de organizar reuniones máximo de 2 horas semanales, por el lapso de 4 meses, de tal manera que se realice una firme política organizacional respecto a la conciliación familiar y personal, para luego difundirlo a través de folletos informativos, ya que no todos los empleados tienen acceso al internet por ende no conocen del portal web de la compañía.

Tiempo de Evaluación: 4 meses.

4. Política de Previsión

Debilidad: En la empresa no existe una preocupación real por fomentar la capacidad y la cultura de ahorro en los empleados, ni se imparten charlas sobre la previsión para la jubilación, lo que lleva al empleado a que todo su excedente del sueldo, después de cubrir sus necesidades básicas, lo malgaste.

Sugerencia: Debe fomentarse la cultura del ahorro en el personal de la empresa, para poder hacer frente a las posibles eventualidades que puedan presentarse, para esto se debe impartir charlas informativas y estudiar la viabilidad de crear una cuenta de ahorro de los empleados.

Acción a Seguir: Se aprovecharán las charlas en la que se difundirá el código de ética, y la política de conciliación de vida personal y familiar para impartir temas sobre el ahorro, además de viabilizar una cuenta de ahorro

programado en el Banco de Guayaquil (banco que maneja una de las cuentas de la empresa), de manera que el riesgo total de dicha cuenta corre por cuenta de la entidad bancaria, mas no de la empresa.

Tiempo de Evaluación:

Capacitaciones: 3 meses.

Creación de la Cuenta Ahorro Programado: 6 meses.

4.6.1.3 Cadena de Valor

La cadena de valor es un eje temático fundamental en la implementación de la RSE, luego de haber realizado el análisis y la tabulación de las encuestas, resulta que es Bueno.

A continuación, se presentarán las debilidades detectadas, respecto a la CADENA DE VALOR, en la Hcda. San German III, seguida de las recomendaciones y el plan de acción, para minimizar el impacto o la posible eliminación de estas debilidades.

Tabla 9: Plan de Acción en la Cadena de Valor

PLAN DE ACCION EN CALIDAD DE VALOR: BUENO				
<u>DEBILIDADES</u>	<u>META</u>	<u>ACCION A SEGUIR</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA</u>
No se imparte a los proveedores la importancia de la RSE.	Informar sobre importancia e implementación de la RSE en la empresa a cada uno de los proveedores.	Utilizar el portal web donde se publique la importancia de la RSE, además de cartas dirigidas a cada uno de los proveedores.	Gerente Administrativo y la persona encargada del portal web...	6 meses

Elaboración: Álvarez, M.

1. No se ha orientado a transmitir a los proveedores la importancia de la RSE

Debilidad: La empresa no ha socializado con sus proveedores la importancia de la RSE, lo que implica que si se lleva a cabo una mejora notable de la imagen empresarial antes uno sus stakeholders.

Sugerencia: Mediante folletos dirigidos a los proveedores y mediante el portal web socializar la importancia de la RSE.

Acción a Seguir: El Gerente Administrativo deberá elaborar una carta dirigida a cada uno de los proveedores que participan activamente en la empresa, donde se señale la importancia de la RSE hoy en día, así también se deberá informar las consideraciones que la empresa tendrá presente al momento de empezar o mantener una relación comercial, basado en principios éticos y por ultimo informarles sobre la aplicación en el portal web de la empresa, donde pueden acceder a pedidos online, como así también a información relacionada con al RSE.

Tiempo de Evaluación: 6 meses.

4.6.1.4 Comunidad

Este eje de la RSE, es uno de las más delicados y a la vez uno de los más complejos de desarrollar, ya que es donde intervienen las relaciones con los Stakeholders de la empresa, el establecer relaciones duraderas en el tiempo con los grupos de interés, además es el indicador que mide la inversión realizada por la empresa en la comunidad.

A continuación, se presentaran las debilidades detectadas, respecto a la COMUNIDAD, en la Hcda. San German III, seguida de las recomendaciones y el

plan de acción, para minimizar el impacto o la posible eliminación de estas debilidades.

Tabla 10: Plan de Acción en la Comunidad

PLAN DE ACCION EN COMUNIDAD: REGULAR				
<u>DEBILIDADES</u>	<u>META</u>	<u>ACCION A SEGUIR</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA</u>
No existe una política de relación don los grupos de interés. (Stakeholders)	Elaborar un manual de relaciones y consideración que tiene la empresa para con sus stakeholders.	El Gerente Administrativo o deberá elaborar una reunión con cada área en la que intervenga un grupo de interés, para elaborar dicho manual.	Gerente Administrativo y Dpto. de RR.HH.	4 meses
No se ha difundido la política de relación de la empresa con sus grupos de interés.	Subir al portal web el manual de relaciones de la empresa.	La persona encargada del portal web deberá subir al portal web dicho manual de relación.	Persona encargada del manejo del portal web.	4 meses
En la empresa no se han organizado actividades con la comunidad.	Fijar fechas tentativas de integración con la comunidad.	Realizar actividades de voluntariado en la comunidad, entregando un detalle que muestre que la empresa está enfocada en ayuda de dicha comunidad.	Dpto. de Recursos Humano y Dpto. Administrativo.	6 meses

Elaboración: Álvarez, M.

1. No existe una Política de Relación con los Stakeholders

Debilidad: La empresa no tiene una política definida de relación con los diferentes grupos de interés, lo que hace que no exista una base ni un parámetro para la creación y fortalecimiento de sus relaciones con los Stakeholders.

Sugerencia: Definir una política de relación con los grupos de interés, en el que se fijen los principios y consideraciones que la empresa tiene presente al momento de relacionarse con sus stakeholders.

Acción a Seguir: El Gerente Administrativo deberá fijar una reunión con cada departamento que interactúan frecuentemente con los diferentes grupos de interés, en la que definan una política institucional respecto a la relación con los Stakeholders, las reuniones no excederán de un máximo de 3 sesiones, de dos horas con departamento.

Por ejemplo, al momento de definir una política de relación con los proveedores, el Gerente Administrativo deberá reunirse con el departamento de compras, (quienes se relacionan directo) y definir que políticas y que consideraciones se deben tener al momento de relacionarse con los este grupo de interés.

Tiempo de Evaluación: 4 meses.

2. No existe difusión de una Política de Relación con los Stakeholders.

Debilidad: La empresa no ha podido difundir una política clara y concisa de relación con los Stakeholders, por motivos de ausencia de dicha política al presente momento.

Sugerencia: Una vez que exista una política definida institucional de relación con los stakeholders, se deberá proceder a difundirla a cada uno de los grupos de interés.

Acción a Seguir: El primer lugar con la finalidad de no incurrir en gastos y costos adicionales, la persona encargada del manejo del portal web deberá subir al mismo, la política de relación con los grupos de interés, adicionalmente el Gerente General remitirá una carta a cada uno de los Stakeholders, en la que conste la política establecida y definida para cada uno de ellos, en un tiempo máximo de 4 meses después de haberse terminado y aprobado dicha política.

Tiempo de Evaluación: 4 meses a partir de la finalización de la Política de Relación con los Stakeholders.

3. No se promueven actividades de Voluntariado con la Comunidad

Debilidad: La empresa no ha organizado eventos de integración y voluntariado con la comunidad, por lo que la comunidad conoce muy poco sobre la empresa.

Sugerencia: Se debe incentivar el voluntariado de los empleados en la comunidad más cercana en la que se desenvuelve, para así posicionar, en las personas de la comunidad, la imagen de la empresa.

Acción a Seguir: El Departamento de Recursos Humanos deberá fijar una fecha anual, y realizar un plan de integración con la comunidad más cercana a realizar voluntariado, donde se deberá entregar una canasta con víveres, acompañado de un texto educativo, como símbolo de incentivo al desarrollo infantil.

Es importante destacar, que una vez que el Dpto. de Recursos Humanos tenga listo el plan del día de integración, deberá presentarlo a Gerencia General, para que esta solicite al Departamento Financiero, en un máximo de 2 meses la aprobación y asignación de un presupuesto para dicho evento.

Tiempo de Evaluación: 6 meses.

4.6.1.5 Medio Ambiente

Existe un compromiso de protección ambiental a nivel mundial, el mismo que recoge los principios del Pacto Mundial, donde la Organización de Naciones Unidas por voluntad propia promovió el perseguir prácticas que ayuden a la sustentabilidad del medio ambiente.

Por otro lado, la actividad agrícola es considerada una de las más nefastas para el medio ambiente, principalmente por el consumo de agua dulce que esta representa, además de ser la responsable del 19% de las emisiones mundiales de gases con efecto invernadero.

A continuación, se presentará la debilidad detectada, respecto al MEDIO AMBIENTE, en la Hcda. San German III, seguida de la recomendación y el plan de acción, para minimizar el impacto o la posible eliminación de esta debilidad:

Tabla 11: Plan de Acción del Medio Ambiente

PLAN DE ACCION EN MEDIO AMBIENTE: REGULAR				
<u>DEBILIDADES</u>	<u>META</u>	<u>ACCION A SEGUIR</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA</u>
En la empresa no se han detectado los posibles efectos negativos ambientales.	Analizar los productos que utiliza la empresa que puedan estar afectado el medio ambiente.	El jefe técnico de la hacienda, deberá hacer un análisis de los productos que utiliza al momento de la producción de banano, dañen al medio ambiente, para sustituirlos.	Jefe Técnico de Hacienda.	4 meses

Elaboración: Álvarez, M.

1. No se han Detectado Posibles Efectos Negativos Ambientales

Debilidad: La empresa cuenta con un enfoque responsable con el medio ambiente, pero no se ha profundizado en temas de cuidado ambiental, o la eliminación de ciertas prácticas o productos que puedan causar efectos negativos al medio ambiente.

Sugerencia: El Jefe Técnico de la hacienda deberá hacer un análisis de posibles prácticas o utilización de productos en el proceso de producción que puedan estar afectando de manera negativa el medio ambiente, para luego de esto sustituir estas prácticas o productos por otros que tengan un enfoque eco amigable.

Acción a Seguir: El Jefe técnico en un tiempo máximo de 4 meses deberá revisar el posible efecto de las siguientes prácticas y productos que se utilizan en la producción diaria del banano.

Producto / Practica	Clasificación.	Efecto Ambiental.
Mancozeb	Pesticida	Efectos de Gases Tóxicos.
Glifosato y Amina	Herbicidas	Desgaste del Suelo y una afectación a la vida vegetal y biodiversidad del suelo, además de volverlo infértil al suelo.
Urea, Muriato, DAP	Fertilizantes.	El nitrógeno (urea) y el Fosforo (muriato), penetran en las vías fluviales, lo que aumenta el contenido de

		bacterias, por ende se produce una contaminación del agua.
--	--	--

Una vez que se hayan detectado los reales y potenciales efectos que pueden causar los productos más utilizados en la producción del banano de exportación, se deberá buscar los posibles reemplazos, para lo cual se tendrá un tiempo estimado de 4 meses y a partir de haber identificado y clasificado de mayor a menor el impacto ambiental. El Jefe Técnico contará con 3 meses para proponer a la Gerencia Administrativa posibles productos orgánicos sustitutos que reemplacen el uso de los convencionales.

Tiempo de Evaluación:

Identificación de posibles efectos negativos: 4 meses.

Propuesta de sustitución de productos: 3 meses a partir del punto anterior.

4.7 Fase de Evaluación y Medición de Resultados del Plan de Acción

Primer Eje: Ética y Buen Gobierno Corporativo.

1. Ausencia de un Código de Ética.

Todas las actividades y decisiones que se tomen dentro de la operación de la empresa, deberán estar basadas en un código ético, que no permita acciones desleales que afecten en algún modo la operación de la compañía.

Para la medición de este tema, se han planteado dos indicadores de medición:

- Mediante actas de reuniones. Estas se deberán ir firmando después de cada reunión y detallar el avance del código de ética, hasta su finalización.

2. No se ha difundido el Código de Ética.

Para la medición del avance y el resultado del plan piloto sobre este tema, se deberá evaluar a los empleados, en temas relacionados al código de ética, como casos en las que deberían tomar decisiones, además de medir el desempeño laboral basado en dicho código de ética.

3. La Empresa no publica el Balance General.

La forma de medir esta variable, es que se consulte de manera sistemática a cada uno de los grupos de interés, o miembros de la empresa si conocen sobre el Balance General de la empresa, además de verificar que la empresa sume esfuerzos en que a todos los miembros les llegue dicho Balance General.

4. La Empresa no elabora Reportes de Sustentabilidad.

A la presente fecha no se elaboran reportes de sustentabilidad, así que una vez acatada las recomendaciones o sugerencias y posterior al plan de acción, se debe medir el número de reportes por tiempos, para que así, los integrantes y los terceros interesados conozcan cómo se desenvuelven y si los niveles de crecimiento están alineados con un compromiso real de RSE.

Para lo anteriormente mencionado se puede establecer una medición básica, el mismo que sería: Un mínimo de 2 reportes de sustentabilidad trimestrales.

Segundo Eje: Calidad de Vida Laboral.

1. No existe un cuadro público de accidentes ocurridos en la empresa.

Para la medición del plan de acción a seguir sobre esta variable, es la constatación de la instalación del letrero donde se detallen cifras estadísticas del último accidente de trabajo y la fecha.

Pero es importante destacar, que si se debe instaurar un indicador de medición, el mismo que debe reflejarse en la disminución de frecuencia de estos accidentes.

2. No se han organizado eventos de integración familiar con los empleados.

Este punto se puede medir por fases; midiendo los avances de la organización del día de integración que se llevará a cabo. Por ejemplo, primero se debe verificar que se haya fijado una fecha para dicho evento, más tarde asegurarse si el departamento financiero ha avanzado en la asignación de un presupuesto para dicha organización, y en lo posterior medir el nivel de satisfacción del empleado, mediante encuestas personalizadas a cada uno de los asistentes.

3. Ausencia de una Política de Conciliación Familiar.

En varias ocasiones, se deja de lado el enfoque familiar, y se descuida este punto de suma importancia, olvidando que la familia es el pilar fundamental para cualquier persona. Hoy en día se han realizado una serie de análisis y estudios sobre el impacto de la conciliación familiar en el desempeño laboral de cada persona, lo cual ha demostrado que mientras mejor este la familia en condiciones de unidad y que no carezca de necesidades básicas es mejor el desempeño de la persona.

Un indicador sería que, mediante actas de reuniones (igual que el código de ética), se deberán ir firmando después de cada reunión y detallar el avance de la realización de la política de conciliación de vida familiar que la empresa pretende socializar, hasta su finalización.

4. Política de Previsión.

En este punto es necesario detenerse a observar cómo ha evolucionado la forma de pensar del trabajador frente al ahorro y la previsión, esto se realizará mediante evaluaciones periódicas personales.

Respecto a la cuenta de ahorro voluntario, se debe medir primero el número de empleados que se han suscrito a dicho plan, y en segundo lugar la capacidad de ahorro que ellos demuestren.

Tercer Eje: Cadena de Valor

1. No se Imparte a los Proveedores la Importancia de la RSE

Para poder medir el avance en este tema se podrá realizar por dos maneras:

- Registro de las veces que ha entrado cada proveedor con su clave a la página web y ha hecho link en donde se encuentra la información relevante a la importancia de la RSE.
- Verificación de que se le haya remitido la carta dirigida a cada uno de ellos, hablándole sobre la importancia de la RSE.

Cuarto Eje: Comunidad

1. Ausencia de una Política de Relación con los Stakeholders.

El avance de esta variable se medirá en dos partes, una que será la medición de los avances de la elaboración de dicha política de relación, la cual se realizará mediante actas de reuniones, del administrador con cada área, en donde se especificará el avance de cada reunión realizada.

Por otro lado, está el análisis de la política terminada, la misma que deberá ser evaluada por la alta gerencia y directores de la empresa, además de informar periódicamente sobre esta política a los Stakeholders.

2. No se ha Difundido la Política de Relación.

Para esto se implementará un sistema de información periódico, sobre los avances de la RSE en la hacienda San German III, además de difundir de esta manera a cada uno de los grupos de interés dicha política, y resaltando que estará subida en el portal web de la compañía, y el encargado de esta última acción es el Dpto. de Informática de la empresa.

3. En la empresa no se han Realizado Actividades en la Comunidad.

La mejor medición del avance en este tema es la verificación de que se haya realizado actividades de voluntariado en la comunidad y en lo posterior, mediante encuestas a una muestra de la población que habita en la comunidad donde desarrolla las actividades la empresa, sobre si conoce de la existencia de la compañía, que concepto tiene de la misma, etc., para así saber en qué áreas fortalecer la imagen de la compañía en la comunidad.

Quinto Eje: Medio Ambiente

1. No se han Detectado los Posibles Efectos Negativos Ambientales.

Una vez que el Jefe Técnico mediante un análisis de los productos usados y de las prácticas realizadas en la Hcda. San German III, y haya determinado la posible afectación negativa al medio ambiente, se medirá el avance por la cantidad de productos reemplazados por orgánicos y/o las prácticas que se han dejado de realizar y se las ha cambiado por otras.

El caso más ilustrativo es el reemplazo del uso de los herbicidas para el control de la maleza, y en su efecto se implementará el control de malezas por medio de control por mano de obra; si bien es cierto encarece un poco los costos de producción, pero en su efecto se detiene el desgaste del suelo y sus nutrientes para futuras producciones.

A continuación se puede apreciar una pirámide, la cual señala como producto menos dañino para el ambiente los fertilizantes, seguido de los herbicidas y pesticidas. Es importante destacar que estos productos pueden ser también orgánicos.

Ilustración 47: Pirámide de fertilizantes



Elaboración: Álvarez, M.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el desarrollo del presente trabajo de investigación, enfocando los esfuerzos para alcanzar los objetivos específicos para más tarde alcanzar el objetivo general de esta tesina, se concluye lo siguiente:

1. A través del estudio poblacional existente en la Hacienda San Germán III, se han detectado una serie de problemas, o posibles variables que si no se corrigen a tiempo podrían ser causantes de problemas. Entre los principales problemas que se detectaron respecto a un modelo de RSE fueron que: la calificación sobre ética y buen gobierno corporativo es baja frente a la calificación ideal del modelo de RSE, a su vez se detectó que no existen diálogos con los públicos de interés, no se han creado políticas respecto a conciliación familiar y empresarial, se detecta una ausencia de incentivo por parte de la empresa al ahorro voluntario y previsión al futuro y respecto a la actitud que tiene la empresa frente al medio ambiente.

Es importante señalar que existe un eje en el cual la empresa rompe el esquema de la RSE, el cual es el eje de la relación con los consumidores, basado en la publicidad que la compañía hace de su producto, esto se debe que la empresa no tiene en primer lugar relación directa con el consumidor final del producto, (Empresa - Exportador – Consumidor) y en segundo lugar, se debe a que los productores de banano cuando comercializan su producto a través de un exportador como es el caso de la Hcda. San Germán III, no desarrollan una cuenta publicitaria.

2. La identificación de cada una de las fases de implementación del modelo de RSE, se lo realizó en base a los resultados del estudio socio – económico que se realizó a la población / staff de la hacienda San Germán III. Las fases del plan de manera macro se pueden establecer como:

- a. Diagnóstico real de la empresa.
- b. La identificación de las falencias, deficiencias y problemas que enfrenta la empresa respecto a la RSE.
- c. Diseño de un plan piloto para la implementación de un modelo de RSE.
- d. Desarrollar las acciones a seguir para alcanzar las metas propuestas para lograr anclar la empresa a un modelo empresarial basado en la Responsabilidad Social Empresarial.

3. En el capítulo 4 se ha plasmado cada una de las metas, seguida de las acciones a seguir, que se llevarán a cabo para desarrollar el plan piloto de implementación de la RSE, pero es importante destacar que este fue diseñado abarcando las diferentes áreas que implica la RSE, en algunos casos las acciones a seguir serán desarrolladas simultáneamente; para otras, se ha establecido un orden de prelación. Los tiempos estimados van de acuerdo a las exigencias y complejidades de cada una de las fases, para lo que se estiman tiempos de 3, 4, 6 y 12 meses.

El diseño del plan piloto de implementación de la RSE en la Hcda. San Germán III, ha sido basado en falencias determinadas por medio del estudio social que se hizo a los 44 trabajadores que conforman el staff de la empresa, una vez determinadas las falencias y problemas reales, se procedió a diseñar un plan ajustado a la realidad del medio en el que se desenvuelve la empresa, para lo cual se diseñó un modelo a la medida que la empresa necesita.

Como conclusión final es importante destacar que a lo largo del presente trabajo de investigación se expuso el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, como el enfoque del presente, un nuevo paradigma de gestión de los negocios, que representa adquirir o desarrollar una fuerte ventaja competitiva. Es importante señalar que al implementar un modelo de RSE en la Hcda. San

Germán, la dirección se está comprometiendo socialmente, donde se llevara a cabo una serie de toma acciones y decisiones basadas en una cultura marcada en los términos sociales, morales y éticos, además de una integración con la comunidad, contribuyendo al mejoramiento de la misma y su entorno.

Con todo lo anteriormente expuesto, es vital finalizar señalando que una empresa socialmente responsable, se convierte en una entidad más eficiente, maneja mejor los procesos internos y externos, mejora su productividad, mejora la calidad de vida laboral, ahorra en costos, tiene un enfoque de cuidado y protección con el medio ambiente, y crea una idealización por parte de los Stakeholders / grupos de interés, además de que la empresa socialmente comprometida, asegura su permanencia empresarial en el horizonte de tiempo.

Tabla 12 Esquematzación de la viabilidad del tema

ESQUEMATIZACION DEL TRABAJO DE TITULACION		
Tema Trabajo de Titulación: Diseño de un Plan de Acción de Responsabilidad Social Empresarial en la Hacienda San German III en el cantón MILAGRO.		
Objetivo General: Diseño de un Plan de Acción de Responsabilidad Social Empresarial en una Empresa Familiar Agrícola en el cantón Milagro.		
<i>Objetivos Específicos</i>	<i>Conclusiones</i>	<i>Recomendaciones</i>
1. Analizar los problemas y las potencialidades de la empresa familiar en su entorno.	Se han detectado problemas respecto a la ética y buen gobierno corporativo, diálogos con stakeholders, ausencias de políticas empresariales, y no existe un enfoque definido en beneficio del medio ambiente.	Se debe medir con objetividad los problemas reales de la empresa y tomar las medidas correctivas de forma inmediata.
2. Identificar fases de implementación del modelo piloto de RSE y objetivos de corto y mediano plazo.	Diagnosticar la situación real de la empresa, identificar las falencias para mejorarla, y su vez, desarrollar las acciones a seguir para alcanzar las metas propuestas para lograr anclar la empresa a un modelo empresarial basado en la Responsabilidad Social Empresarial	Se recomienda que una vez que se empiecen las acciones correctivas, se realicen controles efectivos respecto a la implementación de la RSE en la empresa.
3. Diseñar un plan piloto de RSE para la Hacienda San Germán	El plan piloto fue diseñado de acuerdo a la realidad y posibilidades de la empresa, los tiempos estimados van de acuerdo a cada una de las fases, para lo que se estiman tiempos de 3, 4, 6 y 12 meses.	Se recomienda que todos los informes y la información que se socialice con los stakeholder sea oportuna, veraz y real.

RECOMENDACIONES

De la planificación e implementación del plan piloto de RSE, descrito en el Capítulo 4, se debe tener en claro que para la implementación macro se debe hacer una planificación que toma su tiempo, por lo tanto cualquier estrategia planteada, debe trazar sus objetivos a mediano y largo plazo.

Se debe realizar la medición de resultados y el control de los mismos de manera exigente, no se puede vacilar al momento de la implementación del modelo de RSE, es importante hacer controles de resultados durante la implementación, después y en el horizonte de tiempo, hasta cuando se tenga la certeza de que la cultura organizacional está socialmente comprometida.

Para finalizar, se determina que la calidad debe ser prioridad antes que cantidad de información que se exponga a los Stakeholders, ya que debe ser real, oportuna y ajustada a un examen objetivo de la empresa con la Responsabilidad Social Empresarial.

“Para construir y sostener una marca/empresa que le importe a la gente uno se debe enfocar no solo en el hoy, también en el mañana. No es fácil, pero balancear el corto y el largo plazo es clave para el crecimiento sustentable y rentable, crecimiento que es bueno para nuestros shareholders pero también para nuestros consumidores, empleados, socios, las comunidades donde operamos y el planeta que habitamos (stakeholders)”

Irene B. Rosenfeld, Kraft

BIBLIOGRAFIA

- AEBE. (2012). *Asociacion de Exportadores de Banano del Ecuador*. Obtenido de http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/Estadísticas/2012/2do_Se_mestre/CiasExpAcum_Jul12.pdf
- Apoyo, C. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Comercio de la Cámara de Comercio de Guayaquil*.
- BSI. (2012). *ISO 14001 MEDIO AMBIENTE*. Obtenido de <http://www.bsigroup.com.mx/es-mx/Auditoria-y-Certificacion/Sistemas-de-Gestion/Normas-y-estandares/ISO-14001/>
- CEDMES. (s.f.). *Consejo Empresarial para el desarrollo sostenible en el ecuador*. Obtenido de <http://www.cemdes.org/cemdes.php>
- Chiriboga Ycaza, J. (2010). *Matriz de Poder e Interes*.
- Chiriboga Ycaza, J. (2012). Principios internacionales bases para la RSE.
- Chiriboga, J. (2010). *Rentabilidad Economica, Social y Ambiental*. Recuperado el 10 de 9 de 2012, de www.sladeguayaquil2010.com/.../Rentabilidad%20con%20RSE
- Espinoza P, V. (2012). *Hacienda Don alejo*. Obtenido de <http://haciendadonalejo.com/es/resonsabilidadsocial1.htm>
- F. C., C. M., W. R., & M. S. (5 de 01 de 2011). *Diagnostico del Sistema Turistico del Canton Milagro*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10952/1/Diagn%C3%B3stico%20del%20Sistema%20Tur%C3%ADstico%20de%20Cant%C3%B3n%20Milagro.pdf>
- Fernandez Garcia, D. R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial Club Universitario.
- González, I. F., López, M. A., Saldaña, M. A., & Alcántara, O. J. (2007). *Aproximacion al concepto de responsabilidad social*. Obtenido de https://www.ica.es/publicaciones/anales_get.php?id=1457
- GRI. (Septiembre de 2002). *Guía para la Elaboracion de Memoria de Sostenible sobre actuaciones economicas, medioambientales y sociales de la empresa*. Obtenido de <http://www.revistafuturos.info/download/download11/MANUAL%20gri.pdf>
- Jiménez, L. Z. (2012). *Guía para la aplicación de la Norma UNE-EN ISO 14001 en el pymes*. Obtenido de

- http://www.usc.es/cpca/WebReacciona/ficheros/gestionmedioambiental/SGMA/sgma_docu9.pdf
- Kunze, C. I. (s.f.). *Que es la RSE?* Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/106585274/Que-Es-RSE-final>
- kwoskyk, Y. (Agosto de 2012). *Responsable Beta*. Obtenido de Guia practica para la elaboracion de Reporte de Sostenibilidad: <http://www.responsible.net/explorar/guia-practica-para-elaboracion-reportes-sustentabilidad>
- Ledesma Garcia, E. (2011). *La Industria Bananera Ecuatoriana Año 2011*. Obtenido de http://www.aebe.com.ec/data/files/noticias/Noticias2012/AEBE/INDUSTRIA_BANANERA_2011_3_%20jul18.pdf
- Lucin Castillo, V. C., & Ochoa Pazmiño, A. A. (2009). *"Análisis de la Estructura del Mercado de la Industria del Banano"*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6544/1/D-39030.pdf>
- Ortega Santos, C. (2011). *Responsabilidad social corporativa*. Samborondon.
- Ortiz, J. (2006). *GRI. Global Reporting Initiative*. Obtenido de <http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>
- PROECUADOR. (Junio de 2012). *PROECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/PROECUADOR_IC_02-18.pdf
- prohumana, F. (2006). *Fundacion prohumana*. Obtenido de <http://www.prohumana.cl/documentos/modelodegestionprohumana2006.pdf>
- Reyno Momberg, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial(RSE) como ventaja competitiva*.
- steele, r. (2006). *¿QUÉ ES LA NORMA UNIT-ISO 26000 Guia de Responsabilidad Social?* Obtenido de http://www.unit.org.uy/misc/responsabilidadesocial/intro_26000.pdf
- Telegrafo, E. (28 de Febrero de 2012). *El sector bananero busca salir de la irregularidad* . Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-sector-bananero-busca-salir-de-la-irregularidad.html>
- Vicuña Piedra, V. H. (2007). *Milagro: Un recorrido por su historia*. (S. E. Aumentada, Editor) Obtenido de <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/17-desmembraciones-territoriales-del-canton-milagro/>

ANEXOS

ANEXO 1

Formato de Encuesta

PROYECTO DE HACIENDA SAN GERMAN III ENCUESTA DE ANALISIS SOCIAL A LA POBLACION

Fecha _____

Sexo: F o M

DATOS GENERALES

Nombre Jefe de Familia _____

Edad _____

Más alto grado de educación _____

Población en la que vive:

- Recinto _____
- Parroquia _____
- Cantón _____

Número de miembros de la familia _____

- Menores de 18 edad _____
- Mayores de 18 edad _____
- Tercera edad (<65) _____

SERVICIOS BASICOS

Vivienda 1 habitación _____

2 o + habitaciones _____

- Propia _____
- Alquilada _____
- Prestada _____
- Otro _____,
- Explique _____

Agua Tanquero _____

Entubada (Empresa pública) _____

Pozo _____

Recogida de lluvia _____

Otro _____ Explique _____

Energía eléctrica Empresa pública _____

Planta generadora propia _____

Telefonía Fijo _____
Celular _____

Salud Centro Médico publico cercano _____
Centro Médico privado cercano _____
Centro Médico de Fundación cercano _____

Atención en medicina general _____
Atención en especialidades _____ Explique _____

Educación

Máximo nivel educativo

- Educación primaria completa _____
- Educación primaria incompleta _____
- Secundaria completa _____
- Universitaria incompleta(terciaria) _____
- Universidad completa _____
- Sin educación _____

Tiene centros educativos cercanos _____ Distancia _____

- Guarderías de cuidado infantil _____
- Escuelas de educación básica _____
- Colegios Educación básica y Bachillerato _____
- Institutos técnicos de Especialidades _____
- Universidad _____

Transporte de personas

Tiene vías de acceso transitables a la población:

Tipo de vía: Carretero _____
Camino vecinal lastrado _____
Camino vecinal sin lastrar _____

- Vehículo propio _____
- Vehículo compartido _____
- Transporte público bus _____
- Transporte público camionetas _____
- Animal _____

¿Cuáles son los principales problemas que usted tiene como ciudadano en su localidad?

LABORAL

Empleo de todos los miembros de la familia

- Empleo formal _____
- Empleo informal _____

¿Cuántos trabajan en su familia actualmente?

Tipo de empleo Comerciante _____
 Agricultor _____
 Otra profesión _____ Explique _____

FAMILIAR

¿Cuántos están dedicados a la agricultura?

De sus hijos tiene nivel escolar:

- Primaria _____
- Secundaria _____
- universidad _____

PROBLEMAS SOCIALES

Describa un número del 1 al 10 en orden de prioridad a los siguientes problemas sociales locales:

- Analfabetismo _____
- Desnutrición _____
- Pobreza _____
- Alcoholismo _____
- Drogadicción _____
- Prostitución _____
- Abuso / Maltrato físico _____
- Desempleo _____
- Asaltos / Abigeato (robo de ganado) _____
- Secuestros

ANEXO 2

DIAGNÓSTICO DE MODELO RSE EN UNA EMPRESA

A. Componente ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple “Sí” o “No” en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace “En parte” y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea “No”, asignar un cero (0); si la respuesta es “En parte”, asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea “Sí”, asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 13 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 14 y 21 puntos , es regular
➤ Entre 22 y 29 puntos , es bueno
➤ Mayor a 30 puntos , es excelente

CODIGOS DE ETICA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían nuestro accionar		X		CARACTERISTICAS INTERNAS	1
En mi empresa se han difundido sus valores, siendo conocidos por todos sus miembros		X		CUMPLIMIENTO POR LEY	1
En mi empresa sus valores son respetados por todos sus miembros		X		DISPOSICIONES GENERALES	1
En mi empresa se ha elaborado un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos públicos de interés	X				0

En este Código de Ética se establece e incentiva expresamente a desarrollar formas adecuadas de relacionarse	X				0
En este Código de Ética se identifican las acciones poco éticas y su respectiva sanción	X				0
En mi empresa existen mecanismos a través de los cuales los trabajadores acceden al Código de Ética	X				0
GOBIERNO CORPORATIVO					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha definido un modelo de Gobierno Corporativo	X				0
En mi empresa se han definido claramente las funciones del Gobierno Corporativo	x				0
En mi empresa se han establecido sanciones al Gobierno Corporativo en caso de no cumplir o transgredir sus funciones		X		REGLAMENTOS INTERNOS	1
En mi empresa se han definido claramente la organización de los cargos y las funciones de los mismos		X			1
En mi empresa las funciones de cada cargo y la forma como se organizan son conocidas por todos	X				0
TRANSPARENCIA EN LOS INFORMES CONTABLES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se presenta un Balance General al Servicio de Rentas Internas, cumpliendo con las obligaciones tributarias			X	POR LEY	2

correspondientes					
En mi empresa se manejan libros contables con el apoyo de un contador externo			X	MONTO DE ACTIVOS	2
En mi empresa se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros	X				0
RELACIONES LEALES CON LA COMPETENCIA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han establecido y comunicado las formas en que nos debemos relacionar lealmente con la competencia	X				0
En mi empresa no se difunde información tendenciosa en contra nuestros competidores	X				0
En mi empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común	X				0
REPORTES DE SUSTENTABILIDAD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se elabora un Reporte de Sustentabilidad	X				0
En mi empresa, en los contenidos del Reporte de Sustentabilidad, se integran aspectos sociales económicos y ambientales			X	REGLAMENTOS	2
En mi empresa se publica, a través de medios como boletines, revista o página web, el Reporte de sustentabilidad	X				0
Puntaje total					11

B. Componente CALIDAD DE VIDA LABORAL

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple "Sí" o "No" en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace "En parte" y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea "No", asignar un cero (0); si la respuesta es "En parte", asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea "Sí", asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 22 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 23 y 38 puntos , es regular
➤ Entre 38 y 52 puntos , es bueno
➤ Mayor a 53 puntos , es excelente

SEGURIDAD E HIGIENE					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han identificado los riesgos laborales relacionados con la seguridad de los trabajadores			X	PROCEDIMIENTOS DE NORMAS DE SANIDAD E HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	2
En mi empresa se han realizado charlas informativas o instancias similares, tendientes a informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa			X	CHARLA IMPARTIDA POR LOS BOMBEROS	2
En mi empresa se ha elaborado un Manual de seguridad e higiene		X			1
En mi empresa se dan a conocer cifras que den cuenta de la cantidad de accidentes de trabajo que	0				0

han ocurrido en el último año					
En mi empresa se preocupan de establecer sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados	0				0
POLITICA DE SALUD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar			X	PROCEDIMIENTOS	2
En mi empresa se promueve la existencia de un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo			X	CHARLAS	2
En mi empresa se ha implementado programas de salud orientados a la promoción de formas de vida saludable, como por ejemplo: formas de alimentación saludable, convenios con determinados seguros, o convenios con cajas de compensación	X				0
POLITICA CON LOS SINDICATOS U ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores	X				0
En mi empresa existen instancias concretas de diálogo entre el sindicato u organizaciones de los trabajadores y la gerencia	X				0
En mi empresa se difunden	X				0

o comunican los acuerdos alcanzados entre el sindicato u organizaciones de trabajadores y la gerencia					
POLITICAS DE CONTRATACION					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios			X	LEYES DE CONTRATACION DEL ECUADOR	2
En mi empresa existen sistemas de promoción claros, transparentes e igualitarios			X	CALIFICACION	2
En mi empresa la política de contratación es conocida por todos sus miembros			X	NORMAS	2
POLITICAS DE CAPACITACION					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador			X	POLITICAS ESTABLECIDAS	2
En mi empresa la política de capacitación es conocida por todos sus miembros		X			1
En mi empresa el acceso a capacitación se realiza en función de las aptitudes y méritos de los trabajadores			X	MEJOR MANEJO	2
En mi empresa existen mecanismos para promover y facilitar el acceso a capacitación de los trabajadores	X				0
POLITICAS DE BENEFICIOS					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa	Puntaje

				estos aspectos	
En mi empresa existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores	X				0
En mi empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos	X				0
En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos	X				0
En mi empresa se han establecido algunos beneficios para los familiares cercanos al trabajador	X				0
CONCILIACION VIDA PERSONAL Y VIDA FAMILIAR					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida familiar	X				0
En mi empresa se han implementado la flexibilidad de horarios en casos especiales			X		2
En mi empresa se han realizado actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus familias	X				0
En mi empresa las prácticas acerca de conciliación de vida personal y vida familiar son conocidas por todos sus trabajadores y se tiene claridad respecto a su acceso	X				0
En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción	X				0

de los beneficios recibidos en las prácticas o política de conciliación vida familiar y vida laboral					
--	--	--	--	--	--

POLITICA DE PREVISION

	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han hecho charlas relacionadas con el ahorro voluntario, como una forma de complementar los ingresos recibidos cuando los trabajadores se jubilan	X				0
En mi empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que se van a jubilar sepan cómo enfrentar ese proceso	X				0
Las iniciativas o programas que genera la empresa en relación a la previsión son conocidos por todos los trabajadores	X				0

POLITICA DE PREVENCION Y SANCION DEL ACOSO

	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa han elaborado un manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual			X	REGLAMENTO INTERNO	2
En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros			X	REGLAMENTO INTERNO	2

En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas			X	REGLAMENTO INTERNO	2
--	--	--	---	--------------------	---

POLITICA DE DIVERSIDAD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación			X		2
En mi empresa se han generado mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas			X	POLITICAS ESTABLECIDAS	2
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores			X	REGLAMENTO INTERNO	2
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas			X	REGLAMENTO INTERNO	2
Puntaje total					36

C. Componente CADENA DE VALOR (PROVEEDORES)

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple “Sí” o “No” en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace “En parte” y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea “No”, asignar un cero (0); si la respuesta es “En parte”, asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea “Sí”, asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 10 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 11 y 16 puntos , es regular
➤ Entre 17 y 22 puntos , es bueno
➤ Mayor a 23 puntos , es excelente

DESARROLLO DE PROVEEDORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores			X	CARACTERISTICAS INTERNAS	2
En mi empresa se han establecido ciertas exigencias a proveedores, todas ellas orientadas al cumplimiento de la legislación ecuatoriana y el establecimiento de una relación a largo plazo			X	CUMPLIMIENTO POR LEY	2
En mi empresa se han generado instancias en las que se comparten conocimientos con proveedores y entre proveedores		X			1
En mi empresa se han orientado a transmitir a los proveedores la importancia de la responsabilidad social empresarial	X				0

En mi empresa la forma en que se relaciona con los proveedores es conocida por los trabajadores		X			1
ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se mantiene un contacto permanente con otras similares y con los proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos			X	REGLAMENTO INTERNO	2
Mi empresa participa en asociaciones o agrupaciones empresariales		X			1
En mi empresa se promueve la generación de redes de cooperación estables, orientadas a provocar desarrollo económico y social en las comunidades locales			X		2
En mi empresa se han generado redes con organizaciones de la sociedad civil y oficinas de instituciones estatales			X		2
ASPECTOS LABORALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa no se trata con proveedores que trabajan con mano de obra infantil, ni personas en incapacidad de negarse a trabajar			X	REGLAMENTOS	2
En mi empresa no se tratan con proveedores que utilizan formas de discriminación con sus trabajadores			X		2

En mi empresa sus proveedores también incorporan estas exigencias en su cadena productiva		X			1
En mi empresa existen canales de denuncia en casos en que se sorprende a los proveedores trabajando con mano de obra infantil y/o forzada			X		2
SUBCONTRATACION (Entendido por personal que labora por servicios prestados a nombre de otra empresa: Seguridad, salud, técnicos, etc.)					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha exigido que las empresas contratistas que nos presentan sus servicios especializados informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión e higiene y seguridad.	X				2
En mi empresa se ha verificado que la información laboral y previsional recibida de los contratistas o subcontratistas haya sido emitida por un ente acreditado.	X				2
En mi empresa se ha propiciado un buen ambiente de trabajo, de forma tal que las condiciones laborales del personal que nos presentan servicios de otra empresa, sean similares a las que se aplican al personal propio de la nuestra.	X				2
Puntaje total					20

D. Componente RELACION CON CONSUMIDORES (MARKETING RESPONSABLE – CONSUMO RESPONSABLE)

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple “Sí” o “No” en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace “En parte” y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea “No”, asignar un cero (0); si la respuesta es “En parte”, asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea “Sí”, asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 7 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 8 Y 12 puntos , es regular
➤ Entre 13 Y 17 puntos , es bueno
➤ Mayor a 18 puntos , es excelente

RELACION CON LOS CONSUMIDORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias			X	REPORTE DE CALIDAD	2
En mi empresa se han establecido mecanismos para la reposición de productos defectuosos			X		2
Los sistemas de atención a los consumidores son difundidos a través de todos los canales de comunicación externa con que cuenta la empresa, de manera que todo consumidor conoce la manera de acceder a ellos.		X			1
En mi empresa el sistema de			X		2

atención a los consumidores es conocido por todos los miembros de la empresa, siendo cualquiera de ellos capaz de derivar a los consumidores a las instancias correspondientes.					
En mi empresa se han realizado encuestas para recoger la satisfacción de los clientes.	X				0
POLÍTICA PUBLICITARIA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa existen orientaciones éticas para la publicidad que se realiza.	X				0
En mi empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.	X				0
En mi empresa la política de publicidad es conocida tanto interna como externamente.	X				0
En mi empresa se han generado mecanismos de regulación interna en cuanto a la publicidad.	X				0
CONOCIMIENTO DE DAÑOS POTENCIALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa no se utilizan sustancias o productos prohibidos en Ecuador y en otros países.			X		2
En mi empresa se han destinado recursos a la investigación de los posibles efectos, a largo plazo, que tienen sus productos o		X			1

servicios.					
En mi empresa se han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.			X		2
Puntaje total					12

E. Componente COMUNIDAD

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple "Sí" o "No" en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace "En parte" y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea "No", asignar un cero (0); si la respuesta es "En parte", asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea "Sí", asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 7 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 8 y 12 puntos , es regular
➤ Entre 13 y 17 puntos , es bueno
➤ Mayor a 18 puntos , es excelente

DIALOGOS CON PUBLICOS DE INTERES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han identificado los públicos de interés tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.			X		2
En mi empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés.	X				0
En mi empresa la política de relación con los distintos públicos de interés es		X		INTERNA	1

conocida tanto interna como externamente.					
En mi empresa se han generado proyectos en conjunto con los públicos de interés.	X				0
En mi empresa se han establecido relaciones trisectoriales a fin de resolver las distintas demandas de los públicos de interés.	X				0
INVERSION SOCIAL EN LA COMUNIDAD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales.			X		2
En mi empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.			X		2
En mi empresa se evalúan las iniciativas que se han implementado en la comunidad.		X			1
VOLUNTARIADO CORPORATIVO					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se promueve formas de voluntariado corporativo.	X				0
En mi empresa se han organizado actividades con la comunidad en que han participado trabajadores.	X				0
En mi empresa se dan facilidades para organizar y llevar a cabo actividades de voluntariado corporativo.	X				0
En mi empresa se ha	X				0

establecido un concurso de proyectos de inversión social para realizar voluntariado corporativo.					
Puntaje total					8

F. Componente MEDIOAMBIENTE

1. Debemos identificar si la afirmación presentada en el cuadro se cumple “Sí” o “No” en la empresa. Si la acción se cumple en ocasiones, debemos decir que se lo hace “En parte” y marcar dicho cuadro.
2. A cada cuadro debemos asignar un porcentaje que finalmente lo sumaremos y será determinado dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial.
3. En los casos que la respuesta sea “No”, asignar un cero (0); si la respuesta es “En parte”, asignar uno (1); y en caso que la respuesta sea “Sí”, asignar un dos (2).

Si su puntaje es:

➤ Menor a 11 puntos , su desempeño es insuficiente
➤ Entre 12 Y 18 puntos , es regular
➤ Entre 19 Y 25 puntos , es bueno
➤ Mayor a 26 puntos , es excelente

ACTITUD PROACTIVA FRENTE A EXIGENCIAS MEDIOAMBIENTALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha establecido una Declaración de Principios respecto a su actuación en términos ambientales.			X	POLITICA AMBIENTAL	2
En mi empresa se preocupan de cumplir la legislación ecuatoriana vigente respecto a los posibles impactos ambientales negativos.			X	CERTIFICADO AMBIENTAL	2
En mi empresa se han identificado los posibles impactos ambientales negativos.		X		PLAN DE CONTIGENCIA	1
En mi empresa se ha certificado			X	CERTIFICADO ESTABLECIDO	2

su quehacer en materia ambiental.					
En mi empresa se ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.	X				0
PRACTICAS AMBIENTALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han implementado prácticas ambientales con el público interno			X	PLAN DE MANEJO DE DESECHO	2
En mi empresa se han implementado formas de ahorro energético			X	EN VIVIENDA Y OFICINAS	2
En mi empresa se han implementado medidas para disminuir y utilizar eficientemente el consumo de agua			X	EN AMBITO INFORMATIVO	2
En mi empresa se han implementado prácticas para optimizar el uso de materias primas o insumos en general			X	RECICLJAE	2
En mi empresa se han desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos			X	PLAN DE MANEJO DE DESECHOS	2
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental			X	PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO	2
En mi empresa se han generado instancias de capacitación de los trabajadores acerca de buenas prácticas medioambientales		X		CHARLAS	1
SISTEMA DE GESTION MEDIOAMBIENTAL					

	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.			X	LEY DE NORMAS	2
Puntaje total					22

ANEXO 3

PLAN DE IMPLANTACION MODELO RSE EMPRESA DE LA HACIENDA SAN GERMAN III

MARIA AUXILIADORA ALVAREZ ORDONEZ

A. Componente ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Analizado el Componente ETICA BUEN GOBIERNO CORPORATIVO evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación

➤ Puntaje **11**, Desempeño **INSUFICIENTE**

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
Falta de Código de Ética.	Elaborar un código de ética, con los debidos parámetros para la toma de decisiones.	Se debe fijar un cronograma de fechas de reuniones, para la elaboración de dicho código de ética.	Administradores y Accionistas de la empresa.	4 Meses
No se ha difundido un código de ética.	Socializar dicho código de ética a cada uno de los empleados.	Una vez que se haya creado el código de ética, se debe socializar dicho código.	Dpto. de Recursos Humanos.	3 Meses
La empresa no pública el Balance General a todos sus miembros.	Publicar a los grupos de interés, el Balance General después de cada periodo.	Publicar el Balance General en la el portal web de la empresa.	Dpto. de Contabilidad junto a la Persona encargada del Portal Web.	6 Meses y 12 Meses

No se elaboran reportes de sustentabilidad, ni se los difunde.	Elaborar reportes de sustentabilidad.	Designar personal, para capacitar, en temas de sustentabilidad y elaboración de informes.	Gerente Administrativo	4 Meses
--	---------------------------------------	---	------------------------	---------

OBSERVACIONES

B. CALIDAD DE VIDA LABORAL

Analizado el Componente CALIDAD DE VIDA LA BORAL evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación

➤ Puntaje **36**, Desempeño **REGULAR**

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
No existe un cuadro público de accidentes sobre días transcurridos del año.	Publicar cifras estadísticas de accidentes suscitados en el último año.	Colocar un letrero donde se detalla la cantidad de accidentes suscitados, a la vista de todos.	Personal Administrativo.	4 Meses
No se han organizado	Organizar una actividad de	Fijar una fecha especial	Dpto. de Recursos	12 Meses

actividades de integración familiar del empleado.	integración de la empresa.	como día de integración de la empresa, con las respectivas actividades de dicho evento, con las familias de cada empleado.	Humanos juntos al Dpto. Financiero.	
Ausencia de una política de conciliación familiar	Definir una política enfocada a la conciliación familiar y personal.	Establecer fechas de reuniones, para la elaboración de una dicha política organizacional.	Trabajadora Social y Dpto. de RR. HH.	4 Meses
Política de previsión	Informar sobre formas de ahorro, además de incentivar al ahorro voluntario.	Crear una cuenta de ahorro programado para el personal, además de capacitar al personal en temas afines al ahorro.	Dpto. Financiero y Dpto. de RR.HH.	6 Meses

OBSERVACIONES

C. Componente CADENA DE VALOR (PROVEEDORES)

Analizado el Componente CADENA DE VALOR (PROVEEDORES) evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación

➤ Puntaje **20**, Desempeño **BUENO**

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
No se imparte a los proveedores la importancia de la RSE.	Informar sobre importancia e implementación de la RSE en la empresa a cada uno de los proveedores.	Utilizar el portal web donde se publique la importancia de la RSE, además de cartas dirigidas a cada uno de los proveedores.	Gerente Administrativo y la persona encargada del portal web...	6 Meses

OBSERVACIONES

D. Componente RELACION CON CONSUMIDORES (MARKETING RESPONSABLE Y CONSUMO RESPONSABLE)

Analizado el Componente RELACION CON CONSUMIDORES evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación)

➤ Puntaje **12**, Desempeño **REGULAR**

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
Ausencia de Política Publicitaria	Contratar una tercera persona para la creación del portal web para la empresa	Esta persona externa tendrá la responsabilidad de la creación del Portal Web para los grupos de interés	Dep. Administrativo	6 Meses

OBSERVACIONES

E. Componente RELACION CON COMUNIDAD

Analizado el Componente RELACION CON COMUNIDAD evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación

➤ Puntaje **8**, Desempeño **INSUFICIENTE**

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
No existe una política de relación don los grupos de interés. (Stakeholders)	Elaborar un manual de relaciones y consideración que tiene la empresa para con sus stakeholders.	El Gerente Administrativo deberá elaborar una reunión con cada área en la que intervenga un grupo de interés, para elaborar dicho manual.	Gerente Administrativo y Dpto. de RR.HH.	4 Meses
No se ha difundido la política de relación de la empresa con sus grupos de interés.	Subir al portal web el manual de relaciones de la empresa.	La persona encargada del portal web deberá subir al portal web dicho manual de relación.	Persona encargada del manejo del portal web.	4 Meses
En la empresa no se han organizado actividades con la comunidad.	Fijar fechas tentativas de integración con la comunidad.	Realizar actividades de voluntariado en la comunidad, entregando un detalle que muestre que la empresa está enfocada en	Dpto. de Recursos Humano y Dpto. Administrativo.	6 Meses

		ayuda de dicha comunidad.		
--	--	---------------------------	--	--

OBSERVACIONES

F. Componente RELACION CON MEDIOAMBIENTE

Analizado el Componente RELACION CON MEDIOAMBIENTE evaluaremos los resultados y haremos la recomendación de mejora respectiva en 3 de sus debilidades (puntos “En contra” o “No” en la plantilla de Evaluación

➤ Puntaje 22 , Desempeño BUENO
--

DEBILIDAD	META	ACCION PARA LLEGAR A META	RESPONSABLE	FECHA DE MEDICION
En la empresa no se han detectado los posibles efectos negativos ambientales.	Analizar los productos que utiliza la empresa que puedan estar afectado el medio ambiente.	El jefe técnico de la hacienda, deberá hacer un análisis de los productos que utiliza al momento de la producción de banano, dañen al medio ambiente, para sustituirlos.	Jefe Técnico de Hacienda.	3 Meses

OBSERVACIONES

ANEXO 4

1. Cronograma de actividades y presupuesto de inversión para la ejecución del proyecto de inversión

ACTIVIDADES	R*	meses																					
		1	2	3	4	5																	
1. Preparación de la estrategia general		■																					
2. Definición de estructuras y alcance de contenidos																							
2.1 Elaboración de propuesta de estructura, contenidos y alcance			■																				
2.2 Validación de propuestas de contenidos con grupo de trabajo			■																				
3. Recopilación de información																							
3.1 Reuniones individuales con encargados de la información					■																		
3.2 Preparación de información y respaldo por parte de las áreas responsables					■	■	■	■	■														
3.3 Reuniones de avance y soluciones de consultas con áreas responsables					■	■	■	■	■														
4. Proceso de licitación de verificación externa					■	■	■	■	■														
5. Definición de diseño y diagramación				■																			
6. Proceso de licitación y contratación de diseño gráfico				■																			
7. Elaboración de borrador del informe					■	■	■	■	■														
8. Realización de auditoría interna de la información y datos										■													
9. Verificación externa del informe																							
9.1 Envío de borrador a empresa verificadora										■													
9.2 Coordinación y ejecución de reuniones con verificadoras										■	■												
9.3 Proceso de verificación										■	■	■											

