

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

ESPOCH



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA

“Análisis e interpretación de indicadores para el informe de sustentabilidad de Responsabilidad Social Empresarial, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda., para el año 2012”

Autora

Jessica Carolina Aldaz Llaguno

Riobamba - Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Diego Ramiro Barba Bayas

Director de Tesis

Ing. Rosa Yolanda Ponce Armijos

Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora.

Jessica Carolina Aldaz Llaguno

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios ya que es el pilar fundamental en mi vida y gracias a él, a su bendición me ha sabido guiar con sabiduría en cada uno de los pasos de mi camino a seguir.

Agradezco a mis padres por ser el motor de arranque, los cuales me supieron guiar en un buen camino, me siento muy orgullosa de tenerlos junto a mí en las buenas y en las malas, siempre tras cada batalla con sus sabios consejos y empuje para seguir superándome como una mejor persona y como profesional.

Agradezco a mi novio aun sin contar con su presencia y desde lejos supo mantener su apoyo incondicional hacia mí en momentos más difíciles o cuando más los necesite, siempre estará en mi corazón con esa llama de amor prendida llena de respeto confianza y lealtad.

Agradezco de manera general a cada uno de los docentes que durante mi vida politécnica me han impartido sus conocimientos, de tal forma que me permitan crecer como profesional y desenvolverme en el ámbito laboral con excelencia.

Jessica Carolina Aldaz Llaguno

DEDICATORIA

“A mis padres, mis hermanos, que han sido pilar fundamental de apoyo en mi vida politécnica, que me han permitido lograr con éxito la culminación de mi carrera”.

Jessica Carolina Aldaz Llaguno

Índice de contenido

| | |
|--|----------|
| Certificación del tribunal..... | ii |
| Certificado de autoría..... | iii |
| Agradecimiento..... | iv |
| Dedicatoria..... | v |
| Índice de contenido..... | v |
| Índice de tablas..... | viii |
| Índice de gráficos..... | xi |
| Índice de anexos..... | xiii |
| Introducción..... | xiv |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. Generalidades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda. .. | 1 |
| 1.1. Reseña Histórica..... | 1 |
| 1.2. Ubicación..... | 2 |
| 1.3. Misión y Visión..... | 3 |
| 1.3.1. Misión..... | 3 |
| 1.3.2. Visión..... | 3 |
| 1.3.3. Principios cooperativos..... | 3 |
| 1.3.4. Objetivos institucionales..... | 3 |
| 1.3.5. Enfoque estratégico..... | 4 |
| 1.4. Estructura orgánica de la Cooperativa Guaranda Ltda. | 5 |
| 1.5. Líneas de crédito de la Cooperativa Guaranda Ltda..... | 6 |
| 1.6. Productos y servicios..... | 6 |
| 1.6.1. Productos..... | 6 |
| 1.6.2. Servicios..... | 6 |
| CAPÍTULO II..... | 8 |
| 2. Base teórica de la responsabilidad social empresarial..... | 8 |

| | | |
|--------------------|--|-----|
| 2.1. | Responsabilidad social empresarial | 8 |
| 2.1.1. | Origen de la responsabilidad social empresarial | 8 |
| 2.1.2. | La dimensión integral de la responsabilidad social empresarial | 9 |
| 2.1.3. | Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders..... | 11 |
| 2.1.4. | Ventajas de la responsabilidad social empresarial | 12 |
| 2.1.5. | Herramientas para la gestión de la responsabilidad social empresarial. | 13 |
| 2.1.6. | Indicadores de responsabilidad social empresarial. | 16 |
| 2.1.6.1. | Criterios de selección de los indicadores básicos | 16 |
| 2.1.6.2. | Principios rectores..... | 20 |
| 2.1.6.3. | Limitaciones | 21 |
| CAPÍTULO III | | 22 |
| 3. | Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en la COAC Guaranda Ltda. | 22 |
| 3.1. | Establecimiento de las dimensiones e indicadores de responsabilidad social empresarial en la COAC Guaranda Ltda. | 22 |
| 3.2. | Aplicación de los indicadores | 23 |
| 3.2.1. | Valores, transparencia y gobierno corporativo | 24 |
| 3.2.2. | Público interno..... | 41 |
| 3.2.3. | Medio Ambiente..... | 68 |
| 3.2.4. | Proveedores | 72 |
| 3.2.5. | Socios y Clientes | 77 |
| 3.2.6. | Comunidad | 85 |
| 3.2.7. | Gobierno y Sociedad | 94 |
| 3.3. | Identificación de grupos de interés | 102 |
| 3.3.1. | Mapeo de Stakeholders cooperativa de ahorro y crédito Guaranda Ltda. | |

| | |
|---|-----|
| 3.4. Políticas generales de responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Limitada..... | 105 |
| CAPÍTULO IV | 106 |
| 4. Informe de sostenibilidad de responsabilidad social empresarial | 106 |
| 4.1. Informe sección A:..... | 108 |
| 4.2. Informe Sección B: | 114 |
| 4.2.1. Resultados de la evaluación de indicadores..... | 115 |
| CAPÍTULO V | 164 |
| 5. Conclusiones y recomendaciones | 164 |
| 5.1. Conclusiones | 164 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 165 |
| Resumen..... | 166 |
| Summary..... | 167 |
| Bibliografía | 168 |
| Anexos | 170 |

Índice de tablas

| No | Título | Página |
|----|---|--------|
| 1. | Indicador 1. Compromisos éticos | 26 |
| 2. | Indicador 2. Arraigo en la cultura organizativa..... | 29 |
| 3. | Indicador 3. Gobierno corporativo | 31 |
| 4. | Indicador 4. Relaciones con la competencia | 34 |
| 5. | Indicador 5. Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) | 37 |
| 6. | Indicador 6. Balance social/memorias de RSE/ reporte de sostenibilidad. | 39 |

| | | |
|-----|---|----|
| 7. | Indicador 7. Gestión participativa. | 43 |
| 8. | Indicador 8. Compromiso con el futuro de los niños..... | 44 |
| 9. | Indicador 9. Valoración de la diversidad..... | 46 |
| 10. | Indicador 10. Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial. | 50 |
| 11. | Indicador 11. Compromiso con la promoción de la equidad de género. | 52 |
| 12. | Indicador 12. Política de remuneración, beneficios y carrera. | 55 |
| 13. | Indicador 13. Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.. | 58 |
| 14. | Indicador 14. Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad..... | 61 |
| 15. | Indicador 15. Comportamiento en los despidos..... | 65 |
| 16. | Indicador 16. Preparación para la jubilación..... | 67 |
| 17. | Indicador 17. Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental..... | 69 |
| 18. | Indicador 18. Educación y concientización ambiental. | 71 |
| 19. | Indicador 19. Criterios de selección y evaluación de proveedores. | 73 |
| 20. | Indicador 20. Apoyo al desarrollo de proveedores. | 76 |
| 21. | Indicador 21. Política de comunicación comercial. | 78 |
| 22. | Indicador 22. Excelencia en la atención. | 80 |
| 23. | Indicador 23. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios. | 83 |
| 24. | Indicador 24. Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno. | 86 |
| 25. | Indicador 25. Relaciones con organizaciones locales. | 88 |
| 26. | Indicador 26. Financiamiento de la acción social. | 90 |
| 27. | Indicador 27. Involucración con la acción social..... | 92 |
| 28. | Indicador 28. Contribuciones para campañas políticas. | 95 |
| 29. | Indicador 29. Prácticas anticorrupción y anticoima..... | 97 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 30. | Indicador 30. Liderazgo e influencia social..... | 99 |
| 31. | Indicador 31. Participación en proyectos sociales gubernamentales. . | 101 |
| 32. | Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda. | 107 |
| 33. | Lista de participantes..... | 108 |
| 34. | Resultados de la encuesta inicial | 111 |
| 35. | Opiniones y razones: | 112 |
| 36. | Matriz: Instrumento para la valoración metodológica | 115 |
| 37. | Compromisos éticos | 115 |
| 38. | Arraigo en la cultura organizativa | 118 |
| 39. | Gobierno corporativo | 120 |
| 40. | Relaciones con la competencia | 122 |
| 41. | Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) .. | 124 |
| 42. | Balance social/memorias de Rse/ Reporte de sostenibilidad | 126 |
| 43. | Gestión participativa. | 129 |
| 44. | Compromiso con el futuro de los niños..... | 130 |
| 45. | Valoración de la diversidad..... | 131 |
| 46. | Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial... | 134 |
| 47. | Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género. | 136 |
| 48. | Política de remuneración, beneficios y carrera..... | 139 |
| 49. | Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales. | 142 |
| 50. | Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad. | 144 |
| 51. | Comportamiento en los despidos. | 146 |
| 52. | Preparación para la jubilación. | 148 |
| 53. | Política de comunicación comercial..... | 149 |
| 54. | Excelencia en la atención. | 151 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 55. | Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios..... | 154 |
| 56. | Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno. | 155 |
| 57. | Relaciones con organizaciones locales..... | 158 |
| 58. | Financiamiento de la acción social..... | 159 |
| 59. | Involucración con la acción social. | 160 |

Índice de gráficos

| No | Título | Página |
|-----|--|--------|
| 1. | Organigrama estructural de la Cooperativa Guaranda Ltda. | 5 |
| 2. | Compromisos éticos | 28 |
| 3. | Arraigo en la cultura organizativa | 29 |
| 4. | Gobierno corporativo | 33 |
| 5. | Relaciones con la competencia | 35 |
| 6. | Diálogo e Involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) | 38 |
| 7. | Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad | 41 |
| 8. | Gestión participativa. | 43 |
| 9. | Compromiso con el futuro de los niños..... | 45 |
| 10. | Valoración de la diversidad..... | 49 |
| 11. | Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial... | 51 |
| 12. | Compromiso con la promoción de la equidad de género..... | 54 |
| 13. | Política de remuneración, beneficios y carrera..... | 57 |
| 14. | Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales. | 60 |
| 15. | Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad. | 63 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 16. | Comportamiento en los despidos. | 66 |
| 17. | Preparación para la jubilación. | 68 |
| 18. | Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental. | 70 |
| 19. | Educación y concientización ambiental. | 72 |
| 20. | Criterios de selección y evaluación de proveedores..... | 75 |
| 21. | Apoyo al desarrollo de proveedores. | 77 |
| 22. | Política de comunicación comercial..... | 79 |
| 23. | Excelencia en la atención..... | 82 |
| 24. | Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios..... | 84 |
| 25. | Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno. | 87 |
| 26. | Relaciones con organizaciones locales..... | 89 |
| 27. | Financiamiento de la acción social. | 90 |
| 28. | Involucración con la acción social. | 93 |
| 29. | Contribuciones para campañas políticas. | 95 |
| 30. | Prácticas anticorrupción y anticoima. | 97 |
| 31. | Liderazgo e influencia social..... | 99 |
| 32. | Participación en proyectos sociales gubernamentales. | 101 |
| 33. | Mapeo de grupos de interés (Stakeholders)..... | 104 |
| 34. | Participación en proyectos sociales gubernamentales. | 111 |
| 35. | Compromisos éticos | 118 |
| 36. | Arraigo en la cultura organizativa | 119 |
| 37. | Gobierno corporativo | 122 |
| 38. | Relaciones con la competencia | 124 |
| 39. | Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) .. | 126 |
| 40. | Balance social/memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad..... | 128 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 41. | Gestión participativa. | 129 |
| 42. | Compromiso con el futuro de los niños..... | 131 |
| 43. | Valoración de la diversidad..... | 134 |
| 44. | Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial... | 135 |
| 45. | Compromiso con la promoción de la equidad de género..... | 139 |
| 46. | Política de remuneración, beneficios y carrera..... | 141 |
| 47. | Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales. | 144 |
| 48. | Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad. | 146 |
| 49. | Comportamiento en los despidos. | 147 |
| 50. | Preparación para la jubilación. | 148 |
| 51. | Política de comunicación comercial..... | 150 |
| 52. | Excelencia en la atención. | 153 |
| 53. | Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios..... | 155 |
| 54. | Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno. | 157 |
| 55. | Relaciones con organizaciones locales..... | 158 |
| 56. | Financiamiento de la acción social..... | 160 |
| 57. | Involucración con la acción social. | 161 |

Índice de anexos

| No | Titulo | Página |
|----|---------------------------|--------|
| 1. | Archivo fotográfico | 170 |

Introducción

La Cooperativa “Guaranda Limitada” tiene su matriz en las calles Convención de 1884 N° 910 y 10 de Agosto y tiene dos agencias, una en Caluma en la Av. La Naranja N° 063 y otra en Echeandía en las calles Simón Bolívar y González Suárez, la misma no ha logrado dimensionar sus resultados e impacto social en la comunidad, es decir no ha medido su responsabilidad social cooperativa, aunque muestra acciones importantes respecto a su relación con sus grupos de interés.

La presente propuesta plantea el análisis e interpretaron de los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial y mostrarlos en un informe de sostenibilidad que será referente para progresivas mediciones al respecto, además de permitir la diferenciación de la competencia a través de la mejora de la reputación y de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser importante para el éxito empresarial.

Para la realización de la investigación se ha seguido un esquema ordenado iniciando por los aspectos generales de la cooperativa, en relación a su historia, ubicación, y aspectos organizativos como la misión, visión, principios cooperativos, además de indicar los principales productos y servicios que ofrece.

Se muestra además una base teórica iniciando por la responsabilidad social desde su origen, las dimensiones que la integran, los grupos de interés, mostrando así la importancia y las ventajas de aplicación de la responsabilidad social en una empresa y forma de cómo realizarlo a través de las respectivas herramientas e indicadores.

Dentro del diagnóstico de la responsabilidad social de la cooperativa se aplicaron indicadores tanto de profundidad como binarios, los cuales permitieron tener una visión clara de la situación actual de la cooperativa y realizar el informe final Informe de Sostenibilidad de Responsabilidad Social Empresarial

CAPÍTULO I

1. Generalidades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda.

1.1. Reseña Histórica

La Cooperativa “Guaranda Limitada” nació a su vida institucional como Pre-Cooperativa en Noviembre de 1961, bajo la influencia de las autoridades eclesiásticas de la ciudad de Guaranda.

Luego de transcurrido un tiempo prudencial de promoción y asesoramiento obtiene la personería jurídica según Acuerdo Ministerial N° 6332 en que el Ministerio de Previsión Social y Trabajo reconoce a la Cooperativa Guaranda Limitada el 20 de mayo de 1963. El esfuerzo y voluntad expresada por los socios fundadores de esta entidad hacen de esta institución una entidad amparada ante la ley para realizar todas las operaciones de ahorro y crédito abiertas a todo el público de la ciudad de Guaranda.

Hoy los resultados son apreciables, la institución manifiesta seguridad, solvencia y servicio, se halla controlada por la Superintendencia de Bancos desde el año de 1985, mediante resolución de Calificación 85 064 – DC de fecha 28 de Octubre de 1.985 y cumple todas las disposiciones legales que el sistema financiero debe aplicar en su vida administrativa.¹

La Cooperativa Guaranda Limitada cuenta con edificio propio en donde funcionan las siguientes áreas de atención al público: sección cajas, secretaria, gerencia, contabilidad, centro de cómputo, auditoría interna, cartera, departamento financiero, proveeduría, se encuentra equipada con una red informática actualizada. Además cuenta con una moderna sala de velaciones, para servicios funerarios para sus socios y público en general.

Es parte de todos los organismos que agrupan a las Cooperativas (Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito, Asociación de Cooperativas controladas por la Superintendencia de Bancos, etc.).

¹ <http://www.guarandaltda.fin.ec/somos/Historia.php>

De acuerdo a los registros reportados a la Superintendencia de Economía Popular y solidaria, la COAC cuenta en la actualidad con más de 11.000 socios, agencias en los cantones de Caluma y Echeandía, la Cooperativa “Guaranda Limitada” ha sido útil en el desarrollo socio económico de nuestra comunidad.²

Tiene convenios con la Escuela de Secretariado de la Universidad de Bolívar para que sus estudiantes puedan realizar prácticas profesionales y logren una capacitación eficaz y que vivan experiencias muy enriquecedoras previas a la obtención del título de tales personas.

Además estudiantes de varios colegios de la ciudad pasan también por las diferentes secciones de trabajo, conociendo la diversidad de funciones que en el orden financiero deben aplicarse en todos los días laborales. Es importante la oportunidad que tienen los estudiantes al relacionarse con el público y conocer sus necesidades para poder guiarles en los trámites que cada usuario desea realizar.

En resumen cuarenta y cuatro años de existencia al servicio de la ciudad y la provincia han sido útiles en el desarrollo socio económico de nuestra comunidad. Sus dirigentes ofrecen un liderazgo voluntario y esperan la confiabilidad y el espíritu de estímulo de los coterráneos bolivarenses para que esta digna Institución tenga una constante y útil crecimiento.

1.2. Ubicación

La cooperativa Guaranda limitada tiene su matriz en las calles Convención de 1884 N° 910 y 10 de Agosto y tiene dos agencias, una en Caluma en la Av. La Naranja N° 063 y otra en Echeandía en las calles Simón Bolívar y González Suárez.

² <http://www.guarandaltda.fin.ec/somos/Historia.php>

1.3. Misión y Visión

1.3.1. Misión³

“Somos una empresa financiera cooperativa bolivarenses controlada por la superintendencia de bancos y seguros, que presta a sus socios y clientes productos y servicios financieros competitivos; manejada por personal debidamente capacitado con amplia experiencia y afán de servicio a la colectividad.”

1.3.2. Visión⁴

“En el año 2014 la Cooperativa Guaranda Limitada se encuentra mejor posicionada y en continuo crecimiento en el mercado local y nacional; sus indicadores financieros y excelencia en el servicio se refleja en la confianza del público; la calidez humana y responsabilidad social de su gobierno corporativo son motivo de garantía y seguridad.”

1.3.3. Principios cooperativos

Los principios cooperativos con los que se rige la cooperativa fueron tomados de su plan estratégico y se detallan a continuación:

- ❖ Igualdad
- ❖ Honestidad
- ❖ Disciplina
- ❖ Perseverancia
- ❖ Lealtad
- ❖ Responsabilidad social

1.3.4. Objetivos institucionales

³ Plan estratégico de la Cooperativa Guaranda Limitada.

⁴ Plan estratégico de la Cooperativa Guaranda Limitada.

Los objetivos institucionales que pretende alcanzar la cooperativa fueron tomados de su plan estratégico y se detallan a continuación:

- ❖ Solidez financiera
- ❖ Servicio personalizado
- ❖ Honestidad
- ❖ Calidad y productividad
- ❖ Crecimiento planificado y sostenido

1.3.5. Enfoque estratégico

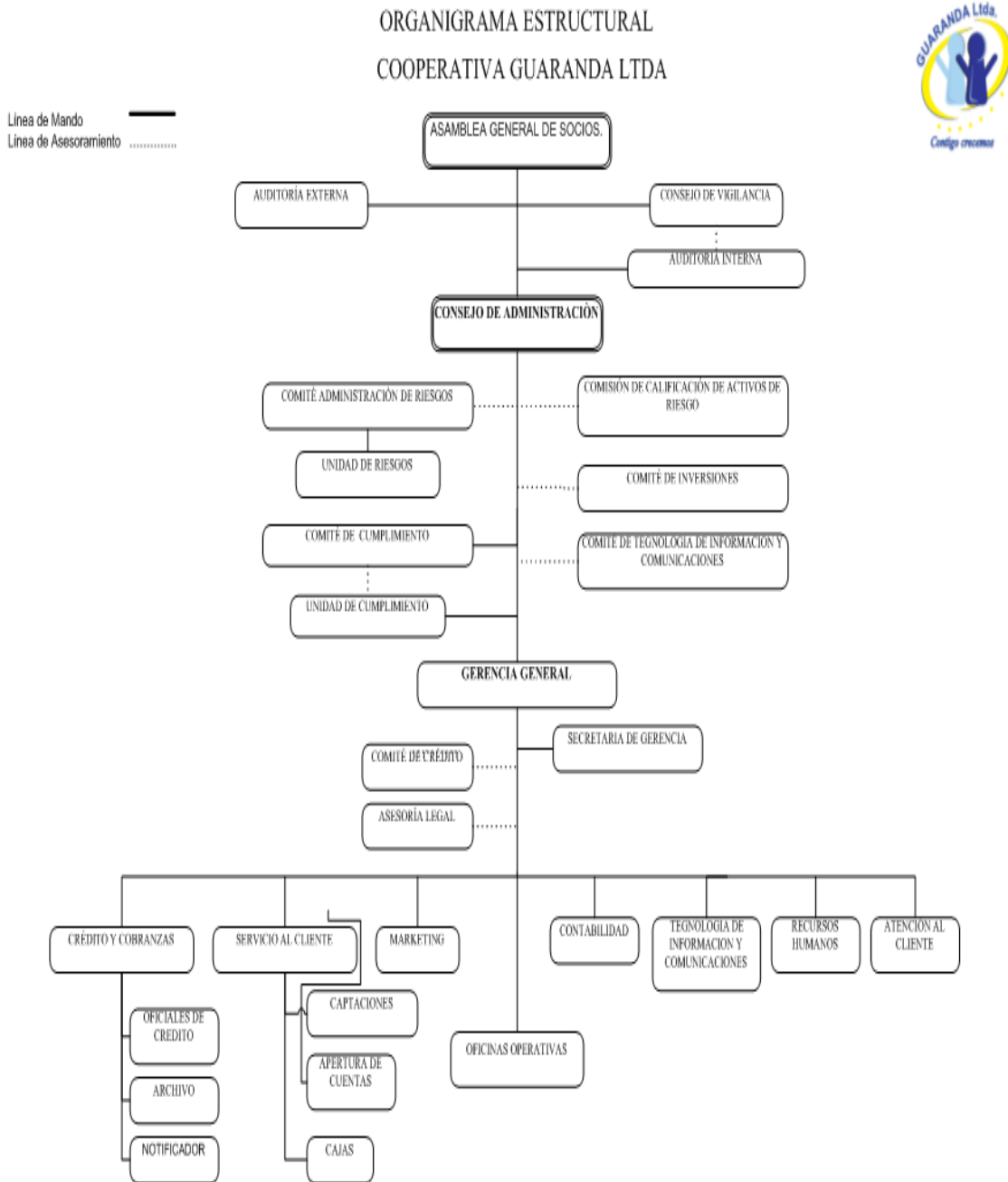
El enfoque estratégico hace referencia a las diferentes estrategias y actividades que la cooperativa debe cumplir con el fin de cumplir sus objetivos, los mismos se los tomaron de la planificación estratégica de la institución.

- ❖ Estrategia de crecimiento
- ❖ Estrategia de inversiones
- ❖ Estrategia de productividad
- ❖ Participación en el mercado
- ❖ Satisfacción de socios y clientes
- ❖ Fidelización de socios
- ❖ Innovación en productos y servicios
- ❖ Servicio al cliente
- ❖ Alianzas estratégicas
- ❖ Clima organizacional.
- ❖ Tecnología y sistemas de información

1.4. Estructura orgánica de la Cooperativa Guaranda Ltda.

Gráfico No. 1

Organigrama estructural de la Cooperativa Guaranda Ltda.



Fuente: Cooperativa Guaranda Ltda.

1.5. Líneas de crédito de la Cooperativa Guaranda Ltda.

La cooperativa Guaranda Limitada ofrece las siguientes líneas de crédito:

- ❖ Microcrédito
- ❖ Microempresarial
- ❖ Crédito de Consumo
- ❖ Crédito de vivienda
- ❖ Crédito Educativo
- ❖ Promocional
- ❖ Credi Fono
- ❖ Credi Anticipo
- ❖ Cartas de Garantía

1.6. Productos y servicios⁵

1.6.1. Productos

Los principales productos de la cooperativa son:

- ❖ Ahorro tradicional
- ❖ Ahorro planificado
- ❖ Pekeahorro
- ❖ Ahorro Juvenil
- ❖ Ahorro Premio
- ❖ Depósitos a plazo fijo

1.6.2. Servicios

Los principales servicios de la cooperativa son:

- ❖ Financieros

⁵ <http://www.guarandaltda.fin.ec/>

- Cajero Automático
- Tarjeta de débito CONTIGO.
- ❖ Asistenciales
 - Seguro de Desgravamen
 - Fondo Mortuario
- ❖ Otros
 - Sala de Velaciones
 - Sala de internet.
 - Becas Estudiantiles.
 - Cursos vacacionales.

En relación a los productos de la cooperativa se muestran los que más benefician a los clientes y propenden a que se genere ahorro y en relación a los servicios que se ofrecen se muestran los beneficios que se presentan a los usuarios por mantener cuentas en la institución.

CAPÍTULO II

2. Base Teórica de la Responsabilidad Social Empresarial

2.1. Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a Baltazar Caravedo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas.⁶

Es decir, no está circunscrito a satisfacer solo al consumidor, sino al bienestar de la colectividad con la que se involucra.

Se entiende como una empresa socialmente responsable aquella:

- ❖ Cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de la sociedad,
- ❖ Cuyo comportamiento vaya más allá del estricto cumplimiento de la normativa vigente y las prácticas de libre mercado,
- ❖ Cuyos directivos tengan un comportamiento ético,
- ❖ Cuyas actividades sean respetuosas con el medio ambiente,
- ❖ Cuyo desarrollo contemple el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) “la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”⁷

2.1.1. Origen de la Responsabilidad Social Empresarial

⁶ <http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>

⁷ Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE), Organización Internacional del Trabajo

La Responsabilidad Social no es un fenómeno brotado de pronto, de hecho, “la presencia de criterios en torno a la RSC, inspirados desde la misma condición humana y del mercado, es tan antigua como el propio nacimiento de los conceptos de capital y trabajo. Es así que se puede señalar que los avances de la RSC se registran en procesos de industrialización en el XIX como en el salto a la globalización a fines del XX”.⁸

La Responsabilidad Social y sus inicios dice Fernández, (2010), “se observan en la revolución Industrial cuando Robert Owen y otros industriales implementaron criterios de responsabilidad y eficiencia en centros fabriles. Ahí se recalcan condiciones de bienestar para los obreros como: atención sanitaria o educación a los empleados.”⁹

Thomas McMahon instituye etapas en el desarrollo moderno de responsabilidad social, las cuales se detallan a continuación y las divide en dos.

- ❖ La primera se enmarca en los criterios éticos de comportamiento empresarial hasta finales de los 60.
- ❖ La segunda fase a partir de los setenta y se identifica con la discusión académica generada en Europa y EE.UU. sobre una nueva forma de ver los negocios. Es decir, se añaden objetivos económicos y rentables intereses ajenos a la clásica lógica empresarial¹⁰

Peter Druker en los 90, plantea a la responsabilidad social empresarial o corporativa como una alternativa de hacer negocios convirtiendo los problemas sociales en oportunidades comerciales.

2.1.2. La Dimensión Integral de la Responsabilidad Social Empresarial

⁸ Polo, Juan. (2009) Memoria para optar al grado de Doctor. La Responsabilidad Social corporativa de las grandes empresas españolas con presencia en América Latina: Modelos de actuación, Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Pág. 58

⁹ Fernández, Ricardo (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial, ECU. Pág. 31

¹⁰ McMahon, T, F. 2001, en Perdiguero, García. La Responsabilidad Social de las Empresas, RSE, y el debate público en España, Madrid, 2003, Pág. 130

“La acción responsable integral implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, en relación a las distintas necesidades, y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar en las siguientes dimensiones:”¹¹

Dimensión económica interna

Su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).

Dimensión económica externa

Implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

Dimensión social interna

Implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

Dimensión sociocultural y política externa

Conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

Dimensión ecológica interna

¹¹ Cajiga Juan (2012) El concepto de responsabilidad social empresarial, Cemefi

Implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.

Dimensión ecológica externa

Conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

2.1.3. Los Grupos de Interés, partes interesadas o Stakeholders

Los grupos de interés dependen del tipo de empresa, pero de una forma general se los clasificará en tres grupos:

Grupos de interés consustanciales

Son aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero.¹²

Grupos de interés contractuales

Son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial; directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral.

Grupos de interés contextuales

Son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad necesaria para las empresas, y en último término en la aceptación de sus actividades (licencia para operar); pueden incluir autoridades gubernamentales y legislativas, en virtud del entorno regulatorio y legal; organizaciones sociales y comunidades en las que opera la empresa, en virtud de su imagen pública y credibilidad moral; competidores, en virtud del entorno del mercado; y el medioambiente, en virtud de la sustentabilidad de los recursos presentes y futuros.

¹² http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

2.1.4. Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

Entre las principales ventajas de la aplicación de la responsabilidad social empresarial se pueden detallar:¹³

- ❖ Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- ❖ Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- ❖ Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- ❖ Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- ❖ Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- ❖ Decisiones de negocio mejor informadas.
- ❖ Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- ❖ Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- ❖ Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- ❖ Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor
- ❖ Incremento en la productividad y en la calidad.
- ❖ Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- ❖ Reducción de la supervisión regulatoria.
- ❖ Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo.

Otras ventajas más específicas pueden ser:¹⁴

- ❖ Reduce el ausentismo laboral.
- ❖ Disminuye la rotación de personal.
- ❖ Reduce el estrés y motiva a los trabajadores.
- ❖ Mejora la eficiencia y el rendimiento en el trabajo.
- ❖ Crea líderes proactivos al interior de la empresa.
- ❖ Mejora la imagen de la compañía.

¹³ http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

¹⁴ http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

- ❖ Genera identificación con la empresa e integración del personal.
- ❖ Mejora el clima organizacional al interior de la empresa.
- ❖ Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad.
- ❖ Desarrolla a las personas, tanto en el plano personal como en el profesional, al abrirles más posibilidades de participación en las actividades de la empresa, acumulando más experiencia y ofreciéndoles más oportunidades de realización personal a los empleados y trabajadores.

2.1.5. Herramientas para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa puede utilizar algunas herramientas para gestionar la responsabilidad social y facilitar su inserción e integración en los distintos procesos que involucra sus operaciones, por lo que se pueden mencionar:

Dirección Estratégica.

Pues a través del direccionamiento estratégico y sus componente como la visión, misión, objetivos, y tanto el análisis del entorno (interno y externo) se puede proponer programas y acciones adecuados enfocadas a los grupos de interés.

Gobierno Corporativo.

Se refiere al modelo de gestión y organización de la empresa como herramienta y se enfoca en planificar y dirigir la incorporación de la responsabilidad social empresarial en sus acciones, ampliando éstas al ámbito social y medioambiental.

Información Corporativa y Verificación.

Se refiere a mantener la transparencia proporcionando información relativa a su impacto económico, social y medioambiental, considerando que el mismo sea verificable y accesible.

Certificación y Normativas.

Existen algunas normas relativas a la responsabilidad social empresarial, como por ejemplo:

❖ **Certificaciones sobre calidad ISO 9.000**

La Norma ISO 9000 describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de gestión de la calidad.

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentarios que le sean de aplicación, y su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente.

La Norma ISO 9004 proporciona directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de gestión de la calidad. El objetivo de esta norma es la mejora del desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas.

La Norma ISO 19011 proporciona orientación relativa a las auditorías de sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental.

❖ **El pacto Global**

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Con más 10.000 entidades firmantes en más de 130 países, es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial en el mundo.¹⁵

❖ **Gestión salud y seguridad en el empleo SA 8.000**

¹⁵ <http://www.pactomundial.org/quienes-somos/global-compact>

SA 8000 es un estándar de certificación internacional que fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo.

❖ **Certificación sobre Gestión ambiental ISO 14.000**

La norma ISO 14000 es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo. La norma está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos.

❖ **Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE**

Las líneas para empresas multinacionales de la OCDE fueron adoptadas en junio de 1976 por primera vez, como parte de la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable en temas como: publicación de informaciones, empleo y relaciones laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia, fiscalidad.

Han tenido cuatro grandes revisiones siendo la última en mayo de 2011.

El objetivo principal de las Directrices es garantizar que las actividades de las empresas multinacionales se desarrollen en armonía con las políticas nacionales de los países de la OCDE, y fortalecer la base de la confianza mutua entre las empresas y las autoridades gubernamentales.¹⁶

❖ **Certificación sobre Responsabilidad Social ISO 26.000**

ISO 26000 pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las

¹⁶ http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&task=view&id=52&Itemid=84

organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Inversión Social.

Constituye un enfoque integral de la interacción entre sociedad y empresa, donde la aplicación de ésta se orienta a satisfacer las necesidades prioritarias de la comunidad, contribuyendo a su desarrollo, eliminando el enfoque caritativo para destacar uno que está más ligado a la sustentabilidad y el desarrollo de proyectos.

2.1.6. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.

2.1.6.1. Criterios de selección de los indicadores básicos ¹⁷

A. Características de calidad

Como sucede en el marco vigente para la presentación de informes financieros, que establece principios que determinan la utilidad de la información presentada por las empresas, para seleccionar indicadores que satisfagan las necesidades comunes de una amplia variedad de usuarios de los informes sobre la responsabilidad de las empresas deben tenerse en cuenta los siguientes criterios de calidad:

- ❖ Comparabilidad;
- ❖ Pertinencia e importancia relativa;
- ❖ Comprensibilidad; y
- ❖ Fiabilidad y posibilidad de verificación.

¹⁷ Naciones Unidas 2008 Orientación sobre los indicadores de la responsabilidad de las empresas en los informes anuales

Comparabilidad.

Los usuarios deben poder comparar los indicadores a lo largo del tiempo y entre las distintas empresas a fin de determinar y analizar los resultados de los cambios de las políticas y la gestión. Para poder hacer comparaciones en el tiempo, es importante divulgar la información correspondiente a períodos precedentes. Si se modifica la forma en que se mide, presenta o clasifica la información, las cifras comparativas se deben ajustar, a menos que no resulte práctico hacerlo. Los motivos de las modificaciones se deben explicar mediante notas y, cuando no resulte viable ajustar las comparaciones, se deben explicar las razones, así como la naturaleza de los cambios que se requerirían.

Pertinencia e importancia relativa.

Para que tenga utilidad, la información debe resultar pertinente para las necesidades de los usuarios de formarse una opinión o adoptar una decisión. La información es pertinente cuando influye en las opiniones o las decisiones de los usuarios, ayudándolos a evaluar los hechos pasados, presentes o futuros o bien confirmando o corrigiendo sus evaluaciones anteriores.

La pertinencia de la información se ve afectada por su carácter y su importancia relativa. En algunos casos, la naturaleza de la información basta por sí sola para determinar su pertinencia. En otros casos, resultan importantes tanto la naturaleza como la importancia relativa, expresadas en las variables cuantitativas relativas. Además, la pertinencia a menudo depende de circunstancias relacionadas con temas y acontecimientos recientes. Por lo tanto, podría convenir facilitar más detalles, por ejemplo, desglosando algunos indicadores por categorías específicas u otros criterios.

La información tiene importancia relativa si su omisión, o la tergiversación de los hechos, pueden influir en las decisiones de los usuarios. Por tanto, la importancia relativa depende de la magnitud del rubro o del error, valorado en las circunstancias particulares de su omisión o tergiversación. Por consiguiente, la importancia relativa no constituye la característica cualitativa principal que la información debe tener para resultar útil, sino que proporciona

un umbral o límite. Las empresas que decidan omitir un indicador invocando razones de importancia relativa deben explicar los motivos de esta decisión.

En la actualidad se sigue debatiendo la manera de elaborar nuevas orientaciones para la aplicación coherente del concepto de importancia relativa a los informes no financieros.

Los administradores de la empresa tienen la responsabilidad de adoptar decisiones adecuadas en lo tocante a la aplicación del principio de importancia relativa y sus efectos sobre el contenido de los informes de la empresa sobre la responsabilidad empresarial. La adopción de decisiones, por parte de la dirección de la empresa, en relación con el principio de importancia relativa, se debe ajustar preferiblemente a un proceso estructurado y fundado, aplicado coherentemente, para determinar cuál es la información que la empresa considera de importancia relativa, y que por lo tanto es necesario incluir en sus informes.

Este proceso puede incluir:

- a) consultas internas con los funcionarios responsables, los consejos de administración y/o los comités de auditoría;
- b) la identificación de los grupos de partes interesadas importantes y las consultas con ellas;
- c) el examen de algunas cuestiones que desempeñan un papel en la política y el debate público sobre las actividades, los productos y la ubicación de una empresa; y
- d) directrices sectoriales específicas en lo relativo a la presentación de informes.

El proceso de adopción de decisiones sobre la importancia relativa de la presentación de informes debe ser suficientemente transparente y comprensible para terceros, y si es posible se debe explicar en los informes de la empresa.

Comprensibilidad.

La información sobre la responsabilidad de las empresas debe ser comprensible para el lector. Esto significa que la forma de presentación se

debe ajustar a los conocimientos y la experiencia de los usuarios y debe tener las características siguientes:

- a) diseño adecuado;
- b) clasificación sistemática de los temas e indicadores;
- c) uso conciso del lenguaje; y
- d) explicación de los términos nuevos que aparezcan en el texto, o su inclusión en un glosario, para su mayor comprensibilidad.

La pertinencia tiene prioridad sobre la comprensibilidad, pero ambos conceptos no deben considerarse mutuamente excluyentes. La información sobre asuntos complejos pertinentes para los usuarios no se debe omitir simplemente porque resulte demasiado difícil de entender para algunos usuarios. Para facilitar su interpretación correcta, esos indicadores deberían notificarse en el contexto apropiado, como, por ejemplo, las políticas de información o las políticas conexas, los sistemas de gestión y los resultados anteriores. También sería útil utilizar objetivos, tanto para medir los resultados anteriores en relación con los objetivos correspondientes como para ofrecer pronósticos de los resultados futuros.

Fiabilidad y posibilidad de verificación.

La información es fiable cuando no contiene errores materiales ni sesgos y ofrece una visión verdadera, completa y equilibrada de la situación actual. La información debe ajustarse fielmente a la situación actual de la empresa y ser representativa de la misma; completa dentro de los límites de los datos pertinentes; equilibrada en su tratamiento de los hechos positivos y negativos; presentada en el contexto correcto, y exenta de errores importantes. También debe ser neutra, o sea exenta de todo sesgo. La presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial no es neutra si, mediante la selección o la presentación de los datos, influye en la adopción de decisiones o valoraciones para lograr un resultado predeterminado.

El indicador seleccionado debe permitir la verificación interna o externa. El indicador debe hacer posible la comparación con los datos en los que se basa.

2.1.6.2. Principios rectores¹⁸

Existen cinco principios que se podrían utilizar para seleccionar los indicadores básicos para la presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial:

Universalidad, para lograr la máxima comparabilidad.

En principio, los indicadores se deben aplicar a todas las empresas, con independencia de su sector, tamaño o ubicación; el propósito es alcanzar un máximo de comparabilidad de la información comunicada.

Enfoque gradual.

Los indicadores seleccionados deben referirse ante todo a cuestiones sobre las que la empresa tiene control y respecto de las cuales ya ha reunido la información pertinente, o bien tiene acceso a ella.

Posibilidad de medición coherente.

Los indicadores seleccionados deben poder ser reconocidos, medidos y presentados de forma coherente. Esto permite la comparación a lo largo del tiempo y entre las distintas entidades.

Orientación a los resultados y no a los procesos.

Los indicadores seleccionados deben ayudar a los usuarios de los informes de las empresas a delimitar las esferas de responsabilidad empresarial que requieren atención y a determinar los resultados obtenidos por la organización en esas esferas. Las repercusiones sociales de las operaciones empresariales no se pueden evaluar únicamente sobre la base de los procesos y políticas de gestión adoptadas por las empresas en el contexto de la responsabilidad empresarial.

¹⁸ Naciones Unidas 2008 Orientación sobre los indicadores de la responsabilidad de las empresas en los informes anuales

Informes nacionales y contribuciones positivas de las empresas al desarrollo.

Los indicadores deben ayudar a analizar las contribuciones positivas de las empresas al desarrollo económico y social del país en el que operan. Por este motivo, los indicadores se deben notificar de forma unificada a nivel nacional, de modo que resulten útiles a las partes interesadas en determinado país y se puedan entender en el contexto de determinado país.

2.1.6.3. Limitaciones¹⁹

Existían limitaciones en la selección de los temas e indicadores básicos para la presentación de informes sobre la responsabilidad de las empresas, debido a los siguientes factores.

Costos y beneficios.

La medición de indicadores y la presentación de información adicional sobre los mismos no deben imponer una carga no razonable a las empresas, especialmente a las de los países en desarrollo y las PYMES. El enfoque gradual ayuda a abordar esta cuestión, centrándose en los indicadores que pueden derivarse de los datos que la empresa ya ha recopilado o a los que tiene acceso durante el desarrollo habitual de sus actividades, sin ocasionar costos adicionales importantes.

Confidencialidad.

La confidencialidad de la información comercial es a menudo una consideración práctica decisiva para el éxito de una empresa. Por lo tanto, en la selección de indicadores se debe respetar la confidencialidad de los datos comerciales y la de todo dato empresarial relacionado con el derecho a la intimidad de las personas físicas (por ejemplo, los datos de los empleados). No

¹⁹ Naciones Unidas 2008 Orientación sobre los indicadores de la responsabilidad de las empresas en los informes anuales

obstante, si un indicador determinado se considera importante para las necesidades de las partes directamente interesadas, esa consideración debe prevalecer sobre la confidencialidad comercial cuando ello no suponga un conflicto con la obligación legal de mantener la confidencialidad de la información.

Oportunidad.

Si existe un retraso indebido en la presentación de la información, ésta puede perder su pertinencia. A la inversa, si la presentación de información se retrasa hasta que se conozcan todos los aspectos, la información puede resultar sumamente fiable pero de escasa utilidad para los usuarios, que entretanto han tenido que adoptar decisiones.

Para que la información sea oportuna (y, por lo tanto, tenga una frecuencia adecuada), la empresa tiene que conseguir un equilibrio entre la pertinencia y la fiabilidad. La consideración fundamental a este respecto es la de cómo satisfacer las necesidades de información de los usuarios.

CAPÍTULO III

3. Diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial en la COAC Guaranda Ltda.

3.1. Establecimiento de las dimensiones e indicadores de responsabilidad social empresarial en la COAC Guaranda Ltda.

- ❖ Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo
- ❖ Público interno
- ❖ Medio Ambiente
- ❖ Proveedores

- ❖ Socios y Clientes
- ❖ Comunidad
- ❖ Gobierno y Sociedad

3.2. Aplicación de los indicadores

De debe considerar que respecto a los Indicadores se analizará la Profundidad por cuanto permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa, estarán representados por cuatro cuadros contiguos que expresan estadios de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estadio de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.</p> | <p>Representa la etapa intermedia de acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.</p> | <p>Representa la etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones regulatoras que resultan en cambios de expectativas para la empresa. La Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.</p> | <p>Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés para la sociedad.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Se optará por sólo una de las cuatro etapas, la que más se acerca a la realidad de la cooperativa. Cada etapa presupone el cumplimiento del nivel anterior. En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la cooperativa, se consignará uno de los siguientes motivos:

- Nunca se ha tratado este asunto antes
- Se considera su aplicación en la empresa

Los Indicadores ADEC-ETHOS, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

Lanzados por el Instituto ETHOS de Brasil en 2000, fueron adoptados como base de referencia para el desarrollo de indicadores de otras organizaciones de RSE en Latinoamérica.

Indicadores binarios

También se aplicaran Indicadores Binarios (Informaciones Adicionales), los cuales se componen de preguntas de respuesta binaria (sí o no) y cualifican el estadio seleccionado en los Indicadores en Profundidad, los mismos sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios.

3.2.1. Valores, transparencia y gobierno corporativo

En lo que se refiere a los valores, transparencia y gobierno corporativo se analizará:

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

Indicador 1. Compromisos éticos

Indicador 2. Arraigo en la cultura organizativa

Indicador 3. Gobierno corporativo

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

Indicador 4. Relaciones con la competencia

Indicador 5. Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders)

Indicador 6. Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

Indicador 1. Compromisos éticos

| | | | |
|--|---|--|--|
| Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. | Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de una persona o área responsable. | La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes / comportamiento de las personas. Tales acciones están | Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario. |
|--|---|--|--|

| | | | |
|--|---------|--|---------|
| | | formalmente a cargo de una persona o área responsable. | |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 1

Indicador 1. Compromisos éticos

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 1.1. Tiene explícita su misión y visión | 1 | |
| 1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial. | 1 | |
| 1.3. En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa. | 1 | |
| 1.4. En la redacción de la misión y visión se hacen consultas externas a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.). | 1 | |
| 1.5. La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente. | | 1 |
| 1.6. La empresa dispone de códigos de ética ó conducta formales. | 1 | |
| 1.7. Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de materiales institucionales, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus grupos de interés | 1 | |
| 1.8. La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa | 1 | |
| El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa: | SI | NO |
| 1.9. Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y socios | 1 | |

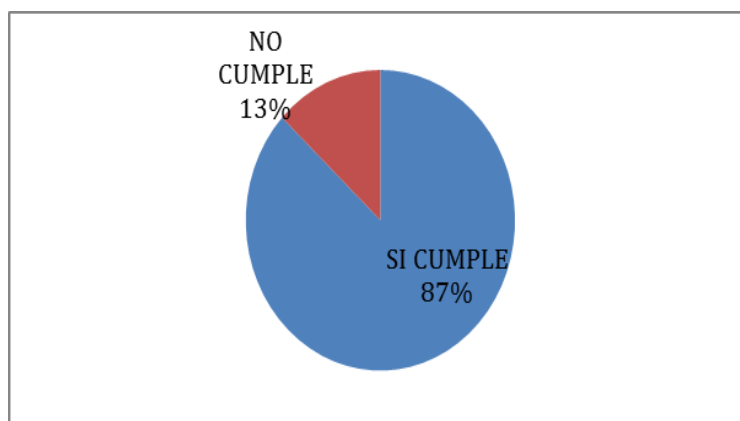
| | | |
|--|-----------|-----------|
| minoritarios. | | |
| 1.10. Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad) para obtención de ventajas comerciales. | 1 | |
| El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cubren temas como: | SI | NO |
| 1.11. Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos; | 1 | |
| 1.12. Cobro de comisiones indebidas ó coimas | 1 | |
| 1.13. Reglas explícitas en las relaciones con funcionarios públicos; | | 1 |
| 1.14. Conflicto de intereses; | 1 | |
| 1.15. Donaciones; | 1 | |
| 1.16. Prevención y tratamiento de fraudes | 1 | |
| 1.17. Relaciones con la comunidad; | 1 | |
| 1.18. Nepotismo | | 1 |
| La empresa: | SI | NO |
| 1.19. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente. | 1 | |
| 1.20. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente. | 1 | |
| 1.21. Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados. | 1 | |
| 1.22. Vincula expresamente la actuación de los asesores jurídicos y contables al código de ética/declaración de principios. | 1 | |
| 1.23. Además de cumplir todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente. | 1 | |

| | | |
|------------|-----|-----|
| Suma | 20 | 3 |
| Porcentaje | 87% | 13% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 2

Compromisos éticos



Fuente: Tabla No. 1

Elaborado por: La autora

En cuanto a compromisos éticos la cooperativa cumple un 87% considerando que tiene explícita su misión y visión, posee un código de conducta que fue debidamente verificado; y el 13% nos dice que hay algunos inconvenientes que no permiten la aplicación en la práctica del total contenido y proyección de la misión y visión de la empresa no son revisadas periódicamente y no existen reglas explícitas en las relaciones con funcionarios públicos, ni el nepotismo.

Indicador 2. Arraigo en la cultura organizativa

| | | | |
|--|--|--|--|
| Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno. | Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno. | Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo. | Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en su cadena productiva. |
|--|--|--|--|

| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
|--|---------|---|---------|
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 2

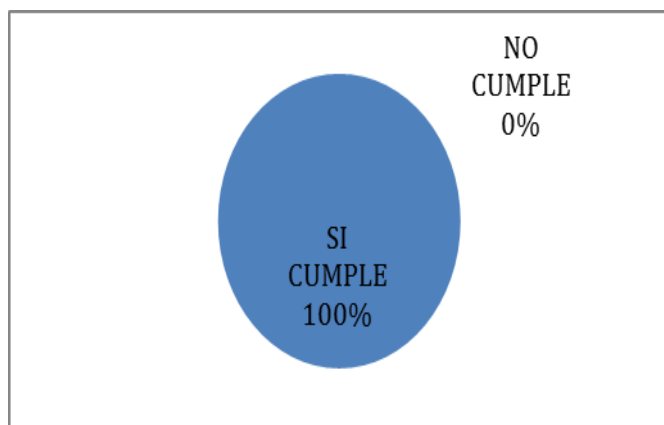
Indicador 2. Arraigo en la cultura organizativa

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 2.1. El código de ética o conducta es entregado a todos los colaboradores de la empresa y los mismos han firmado acuse de recibo. | 1 | |
| 2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360º o herramientas similares. | 1 | |
| 2.3. Los empleados de la empresa demuestran familiaridad con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente. | 1 | |
| 2.4. La empresa tiene una estructura organizacional con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores. | 1 | |
| 2.5. La empresa difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente. | 1 | |
| 2.6. Se aplican criterios éticos en las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal. | 1 | |
| Suma | 6 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 3

Arraigo en la cultura organizativa



Fuente: Tabla No. 2
Elaborado por: La autora

En cuanto al arraigo en la cultura organizativa la cooperativa cumple en un 100%, esto es, se ha logrado construir una cultura organizacional con más aciertos en su práctica diaria que imperfecciones.

Indicador 3. Gobierno corporativo

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los estados financieros son auditados por auditoría externa independiente.</p> | <p>El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en los estados de cuentas y otras informaciones.</p> | <p>Además de eso, tiene políticas explícitas para promover el tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.</p> | <p>Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socio ambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes interesadas en asuntos que las involucren.</p> |
|--|---|--|---|

| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
|--|---------|---|---------|
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Tabla No. 3

Indicador 3. Gobierno corporativo

| La alta directiva de la cooperativa: | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes. | 1 | |
| 3.2. Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/ evitar abusos de poder de sus integrantes; fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; evitar el soborno y otras prácticas de corrupción; la creación de “contabilidades paralelas” o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan. | 1 | |
| 3.3. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del consejo, lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva). | 1 | |
| 3.4. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos. | | 1 |
| 3.5. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones. | 1 | |
| 3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo | 1 | |
| 3.7. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/ o en apoyo a las Metas del Milenio | 1 | |

| | | |
|---|-----|-----|
| 3.8. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sostenible. | 1 | |
| 3.9. Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente. | 1 | |
| 3.10. Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa | | 1 |
| 3.11. Existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.) | 1 | |
| Suma | 9 | 2 |
| Porcentaje | 82% | 18% |

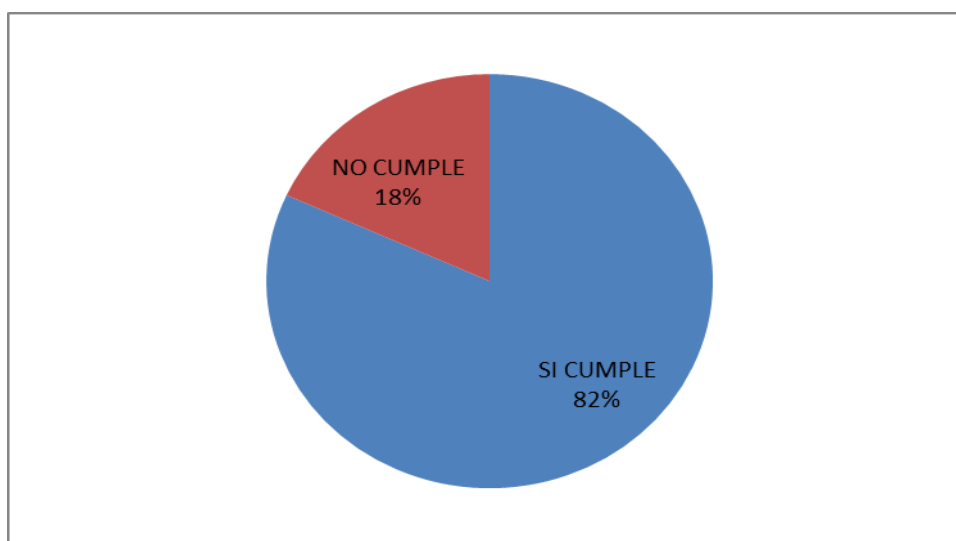
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|--------|--------|--------|
| 3.12. Número de miembros del Consejo de Administración | 7 | 7 | 7 |
| 3.13. Porcentaje del Consejo de Administración formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos | 0% | 0% | 0% |
| 3.14. Porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración | 42.85% | 42.85% | 42.85% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 4

Gobierno corporativo



Fuente: Tabla No. 3

Elaborado por: La autora

En cuanto al gobierno corporativo, se cumplen el 82% de lo que se denomina el buen gobierno cooperativo, pues le falta concretar una estrategia formal de responsabilidad social dentro del mapa estratégico de la empresa, y hacer estudios para fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos, que siguen siendo un dato que debe ser resuelto.

Indicador 4. Relaciones con la competencia

| | | | |
|--|--|---|--|
| Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple la legislación y busca un posicionamiento leal. | Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando fuese necesario) con el público interno, sobre su postura ante la competencia. | Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos sobre las cuestiones de competencia leal, y participa en asociaciones del mismo sector | Ejerce una posición de liderazgo en su sector empresarial, en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trust y cárteles, prácticas |
|--|--|---|--|

| | | | |
|--|---------|---|---|
| | | empresarial, para la discusión de esos aspectos. | desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial). |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 4

Indicador 4. Relaciones con la competencia

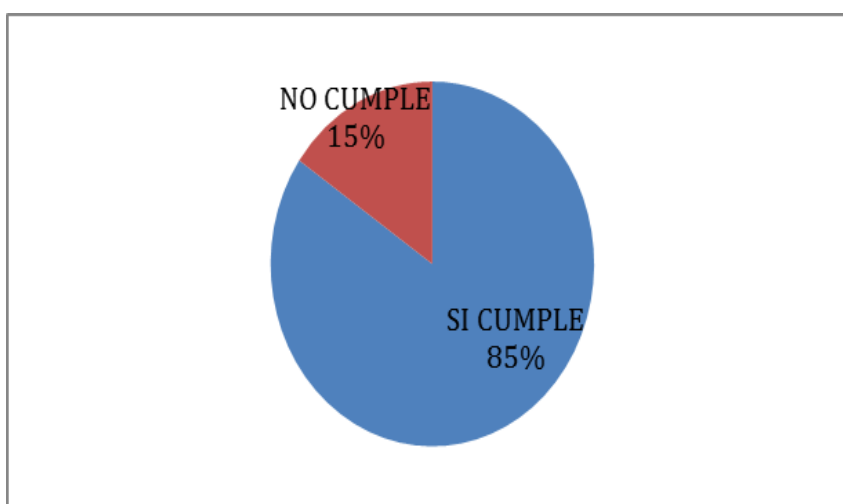
| | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 4.1. Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| La empresa: | SI | NO |
| 4.2. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual etc.). | 1 | |
| 4.3. Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios. | 1 | |
| 4.4. La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la empresa. | 1 | |
| 4.5. Participa, conjuntamente con su competencia, en programas de beneficio cívico, social y comunitario | 1 | |
| 4.6. Establece mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector. | 1 | |
| 4.7. Cuenta con estudios comparativos de sus prácticas laborales, respecto a sus competidores. | 1 | |

| Aborda también los siguientes rubros: | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 4.8. Piratería | | 1 |
| 4.9. Evasión fiscal | | 1 |
| 4.10. Lavado de activos | 1 | |
| 4.11. Adulteración de productos o marcas | 1 | |
| 4.12. Falsificación de productos | 1 | |
| La empresa: | | |
| 4.13. Se ha cumplido con los organismos de defensa al consumidor en relación a prácticas de competencia desleal (3 últimos años) | 1 | |
| Suma | 11 | 2 |
| Porcentaje | 85% | 15% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 5

Relaciones con la competencia



Fuente: Tabla No. 4

Elaborado por: La autora

En cuanto a las relaciones con la Competencia cumple en un 85%, porque aún no aborda con profundidad temas como la piratería, evasión fiscal específicamente, que pueden ser argumentos que le podrían llevar a

problemas, en especial cuando no enseña a sus socios y beneficiarios de crédito, que la constante práctica de las tareas lícitas son más provechosas, para el desarrollo integral de los negocios.

Indicador 5. Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders)

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.</p> | <p>Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socio ambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.</p> | <p>Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socio ambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.</p> | <p>Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prever, minimizar o eliminar los impactos socio ambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 5

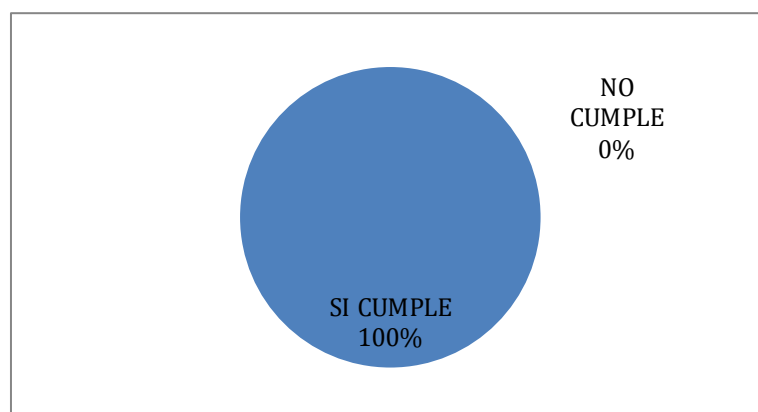
**Indicador 5. Diálogo e involucramiento de las partes interesadas
(Stakeholders)**

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 5.1. Se comunica con grupos o partes interesadas que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios. | 1 | |
| 5.2. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas. | 1 | |
| 5.3. En su proceso de diálogo e involucramiento de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones. | 1 | |
| 5.4. Tiene política para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas. | 1 | |
| 5.5. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general. | 1 | |
| 5.6. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la empresa. | 1 | |
| 5.7. Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma AA1000 o similar. | 1 | |
| Suma | 7 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 6

Diálogo e Involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders)



Fuente: Tabla No. 5

Elaborado por: La autora

En cuanto al diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) la cooperativa cumple en un 100%, pues prioriza el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés y gestiona la información y conocimiento considerado que la cooperativa emite un balance social cada año.

Indicador 6. Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

| | | | |
|---|--|---|---|
| Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales. | Elabora anualmente el balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos. | Produce con amplio involucramiento interno, el balance social fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, describiendo sólo los resultados favorables. | Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo. |
|---|--|---|---|

| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
|--|---------|---|---------|
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 6

Indicador 6. Balance social/memorias de RSE/ reporte de sostenibilidad

| | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros. | 1 | |
| 6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros. | 1 | |
| 6.3. En el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.). | 1 | |
| 6.4. La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés. | 1 | |
| 6.5. El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes grupos de interés: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general. | 1 | |
| 6.6. La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet. | 1 | |
| 6.7. Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa. | 1 | |
| Al producir el balance social, la empresa lleva en consideración los principios de: | SI | NO |

| | | |
|---------------------------------|------|----|
| 6.8. Inclusión; | 1 | |
| 6.9. Relevancia y Materialidad; | 1 | |
| 6.10. Transparencia; | 1 | |
| 6.11. Alcance | 1 | |
| 6.12. Equilibrio; | 1 | |
| 6.13. Comparabilidad; | 1 | |
| 6.14. Exactitud; | 1 | |
| 6.15. Periodicidad; | 1 | |
| 6.16. Claridad; | 1 | |
| 6.17. Verificabilidad | 1 | |
| Suma | 17 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

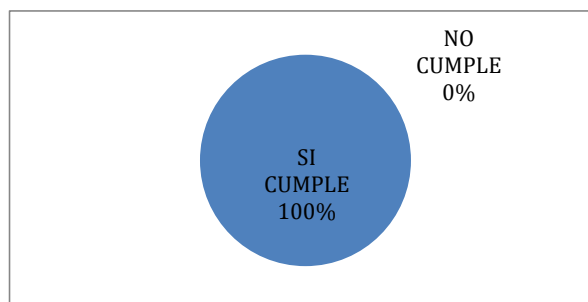
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|------|------|------|
| 6.18. Cantidad de partes interesadas (público interno, proveedores, comunidad, medioambiente, clientes, gobierno y sociedad) involucradas en la elaboración del balance social | 7 | 7 | 7 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 7

Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad



Fuente: Tabla No. 6

Elaborado por: La autora

En referencia al Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad la cooperativa la COAC está preparada para responder a sus grupos de interés y a través de la información sistematizarla en base a la metodología que el estado disponga, comunicar a través del balance Social Cooperativo, de las memorias de Sostenibilidad y Reportes de RSE, los avances que en materia social va alcanzando. El 100% no quiere decir que ya cuenta con estas herramientas, más bien la interpretación va en la líneas que está preparada para efectuarlos.

3.2.2. Público interno

En lo que se refiere a los valores, transparencia y gobierno corporativo se analizara:

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

Indicador 7. Gestión Participativa.

RESPECTO AL INDIVIDUO

Indicador 8. Compromiso con el Futuro de los Niños.

Indicador 9. Valoración de la Diversidad.

Indicador 10. Compromiso con la no discriminación y Promoción de la Equidad Racial.

Indicador 11. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género.

TRABAJO DECENTE

Indicador 12. Política de Remuneración, Beneficios y Carrera.

Indicador 13. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales.

Indicador 14. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad.

Indicador 15. Comportamiento en los Despidos.

Indicador 16. Preparación para la Jubilación.

Indicador 7. Gestión Participativa.

| | | | |
|---|--|--|---|
| <p>Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.</p> | <p>Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.</p> | <p>Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.</p> | <p>Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 7

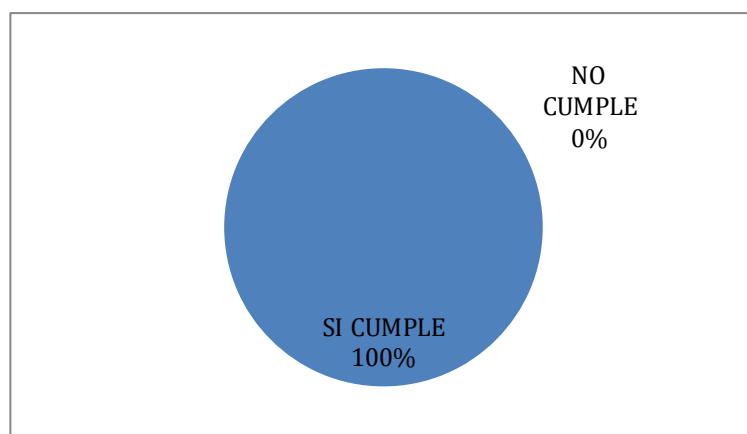
Indicador 7. Gestión participativa.

| | SI | NO |
|---|------|----|
| 7.1. Todos los integrantes de comisiones/asociaciones de trabajadores son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa. | 1 | |
| 7.2. La cooperativa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos. | 1 | |
| 7.3. La empresa posee un programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos. | 1 | |
| Suma | 3 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 8

Gestión participativa.



Fuente: Tabla No. 7

Elaborado por: La autora

En relación a la gestión participativa la referencia diagnóstica de cumplimiento es del 100% pues los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión y en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.

Indicador 8. Compromiso con el futuro de los niños.

| | | | |
|--|---|--|--|
| Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil. | Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados propios estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.). | Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad. | Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema se repliquen en toda la cadena productiva. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 8

Indicador 8. Compromiso con el futuro de los niños.

| La empresa: | SI | NO |
|---|----|----|
| 8.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general). | | 1 |
| 8.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices. | | 1 |
| 8.3. Considerando su papel social respecto a los aprendices, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación. | 1 | |

| | | |
|---|-----|-----|
| 8.4. Al concluir el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones aliadas. | 1 | |
| Suma | 2 | 2 |
| Porcentaje | 50% | 50% |

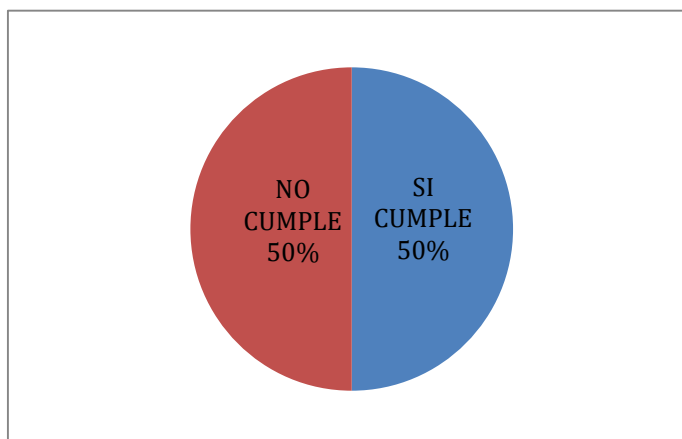
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|
| 8.5. Número de aprendices en la empresa. | 2 | 2 | 1 |
| 8.6. Número de aprendices contratados después del término del periodo de aprendizaje. | 2 | 1 | 1 |
| 8.7. Cantidad de acusaciones que recibió la empresa del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil. | 0 | 0 | 0 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 9

Compromiso con el futuro de los niños.



Fuente: Tabla No. 8

Elaborado por: La autora

En relación al compromiso con el futuro de los niños se cumple en un 50% dado que no se discuten con otras empresas ni se presentan propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil, además de no poseer un programa específico para la contratación de aprendices. Al mismo tiempo su debilidad por incorporar a los niños bajo las condiciones actuales de la Ley como potenciales socios o considerarlos en programas de capacitación, hacen que la

COAC no dinamice esta perspectiva que motivaría una mejor presencia en su comunidad.

Indicador 9. Valoración de la diversidad.

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>Cumple rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.</p> | <p>Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión y promoción y movilidad interna, orientando sobre el encaminamiento de posibles denuncias.</p> | <p>Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias negativas, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.</p> | <p>Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 9

Indicador 9. Valoración de la diversidad.

| | SI | NO |
|--|----------|----|
| <p>9.1. La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.</p> | <p>1</p> | |
| <p>Esa política contempla explícitamente:</p> | | |
| <p>9.2. la cuestión étnico-racial;</p> | <p>1</p> | |

| | | |
|--|---|---|
| 9.3. la cuestión de género; | 1 | |
| 9.4. la cuestión de edad; | 1 | |
| 9.5. la cuestión religiosa; | 1 | |
| 9.6. la cuestión de la orientación sexual; | 1 | |
| 9.7. la cuestión del origen geográfico; | 1 | |
| 9.8. la cuestión de la clase social; | 1 | |
| 9.9. la cuestión de las personas con discapacidad; | 1 | |
| 9.10. La cuestión de la apariencia física. | 1 | |
| 9.11. En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades respecto a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones. | 1 | |
| 9.12. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido. | 1 | |
| 9.13. En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación. | 1 | |
| 9.14. La empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público. | | 1 |
| 9.15. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad. | 1 | |
| 9.16. La empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones vigentes. | 1 | |
| 9.17. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación | 1 | |

| | | |
|---|-----|----|
| resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años. | | |
| 9.18. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados. | 1 | |
| 9.19. La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años. | 1 | |
| 9.20. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas. | 1 | |
| Suma | 19 | 1 |
| Porcentaje | 95% | 5% |

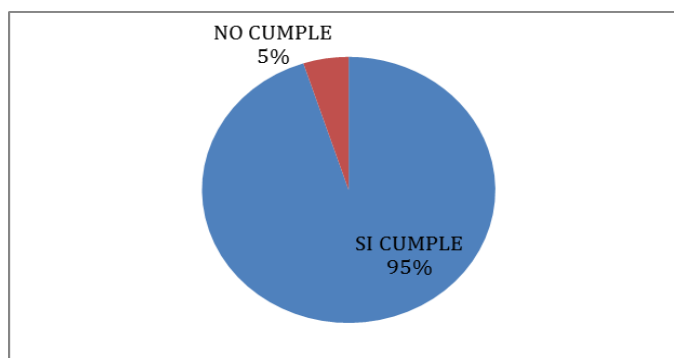
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|------|------|------|
| 9.21. Porcentaje de personas con discapacidad en la empresa. | 10% | 10% | 10% |
| 9.22. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos ejecutivos. | 0 | 0 | 0 |
| 9.23. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura. | 0 | 0 | 0 |
| 9.24. Salario promedio mensual de personas con discapacidad. | 380 | 430 | 465 |
| 9.25. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos. | 0 | 0 | 0 |
| 9.26. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura. | 0 | 0 | 0 |
| 9.27. Porcentaje de personas con edad superior a 45 años. | 50% | 50% | 50% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 10

Valoración de la diversidad.



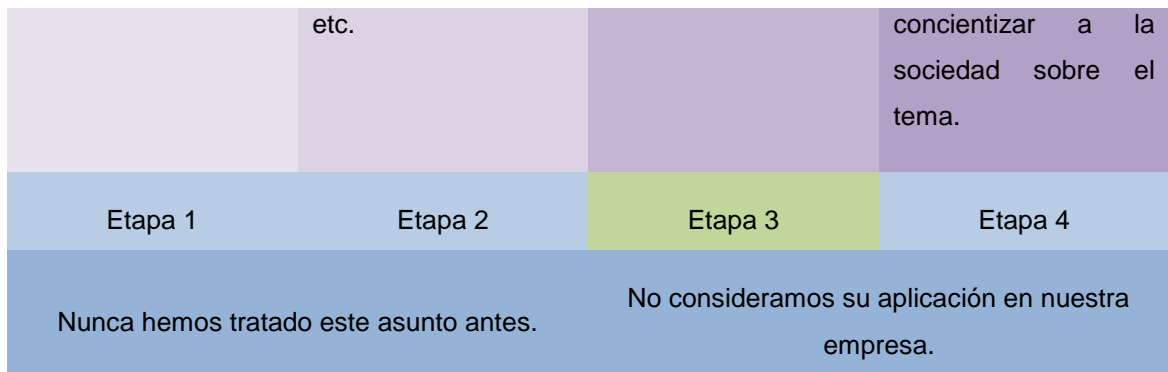
Fuente: Tabla No. 9

Elaborado por: La autora

En cuanto a la valoración de la diversidad la cooperativa ha realizado grandes esfuerzos viéndose reflejados en un cumplimiento del 95%. Una de las cuestiones relevantes del RSE está relacionada justamente con las políticas de respeto a la diversidad por la propia naturaleza de empresa social hace que el principio 1 del Cooperativismo “Adhesión Libre y Voluntaria” se aplique de manera inclusiva, lo cual da mayor riqueza intercultural a su membresía.

Indicador 10. Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.</p> | <p>Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y Políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, revisar procesos y políticas</p> | <p>Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.</p> | <p>Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas De la comunidad de mismo objetivo, para</p> |
|---|---|---|--|



Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 10

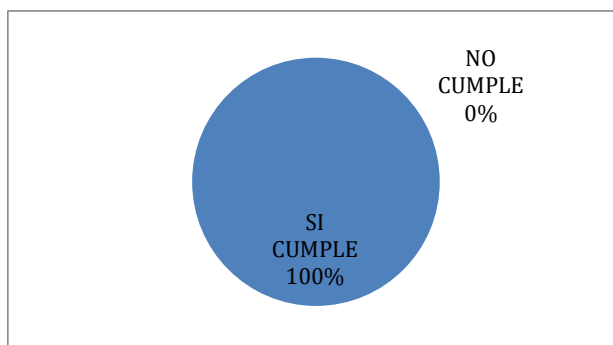
Indicador 10. Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

| | SI | NO |
|---|------|----|
| 10.1. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| 11.2. De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales. | 1 | |
| 10.3. La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial. | 1 | |
| 10.4. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales. | 1 | |
| Suma | 4 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 11

Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.



Fuente: Tabla No. 10

Elaborado por: La autora

En cuanto al compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial, la cooperativa asume un compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que propician la equidad. Su listado de socios y socias es diverso al respecto, pues la misma importancia tienen los indígenas, los mestizos, blancos, etc, que se han sumado a la lista de socios, lo cual no varía el principio democrático y de integración al gobierno cooperativo de “Un Socio, Un voto”.

Indicador 11. Compromiso con la promoción de la equidad de género.

| | | | |
|--|---|--|--|
| Sigue rigurosamente la legislación del país que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés. | Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas | Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, | Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se |
|--|---|--|--|

| | | | |
|--|------------------------|---|--|
| | de concienciación etc. | promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa. | replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer. De la comunidad de mismo objetivo, para concientizar a la sociedad sobre el tema. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 11

Indicador 11. Compromiso con la promoción de la equidad de género.

| | SI | NO |
|--|----|----|
| 11.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| 11.2. De ésta política de valorización de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres. | 1 | |
| 11.3. Posee políticas que prohíban expresamente la contratación, desvinculación o la promoción basadas en el estado civil o condición reproductiva. | | 1 |
| 11.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios. | 1 | |
| 11.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de | | 1 |

| | | |
|--|-----|-----|
| la valoración de la mujer. | | |
| 11.6. El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para la prevención y cuidados de salud de la mujer. | 1 | |
| 11.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para la promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas. | 1 | |
| 11.8. La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa. | 1 | |
| 11.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres. | 1 | |
| 11.10. La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral. | 1 | |
| 11.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa. | | 1 |
| 11.12. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar la Gráfico femenina estereotipada, que atente contra la dignidad de las mujeres. | 1 | |
| 11.13. La política prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas. | 1 | |
| 11.14. La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo. | 1 | |
| 11.15. La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable. | 1 | |
| Suma | 12 | 3 |
| Porcentaje | 80% | 20% |

Elaborado por: La autora

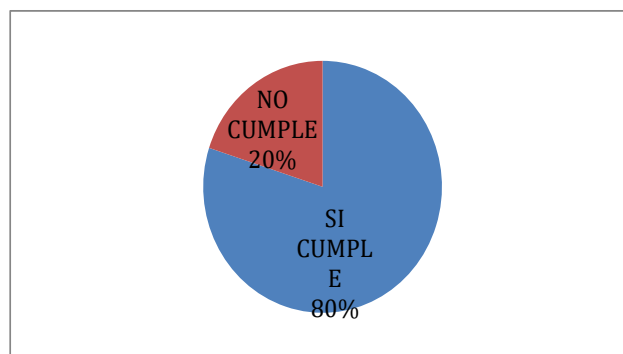
| | | | |
|--|------|------|------|
| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|

| | | | |
|---|-----|-----|-----|
| 11.16. Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados. | 60% | 60% | 60% |
| 11.17. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles. | 60% | 60% | 60% |
| 11.18. Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles. | 60% | 60% | 60% |
| 11.19. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos - en dólares. | 530 | 645 | 720 |
| 11.20. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos | 530 | 645 | 720 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 12

Compromiso con la promoción de la equidad de género



Fuente: Tabla No. 11

Elaborado por: La autora

En cuanto a la equidad de género, la cooperativa cumple en un 80% por la falta de políticas que orienten la aplicación de la Ley al respecto, pero aquello ira tomando otro giro por la alternancia hombre-mujer o mujer para la elección de representantes a la Asamblea y de esta a los organismos de gobierno.

Aquello es aún difícil aplicar en la conformación del talento humano, donde haya más hombres que mujeres.

Indicador 12. Política de remuneración, beneficios y carrera.

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Respetar y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.</p> | <p>Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y teniendo en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.</p> | <p>Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y teniendo en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.</p> | <p>Trata a los empleados como socios, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 12

Indicador 12. Política de remuneración, beneficios y carrera.

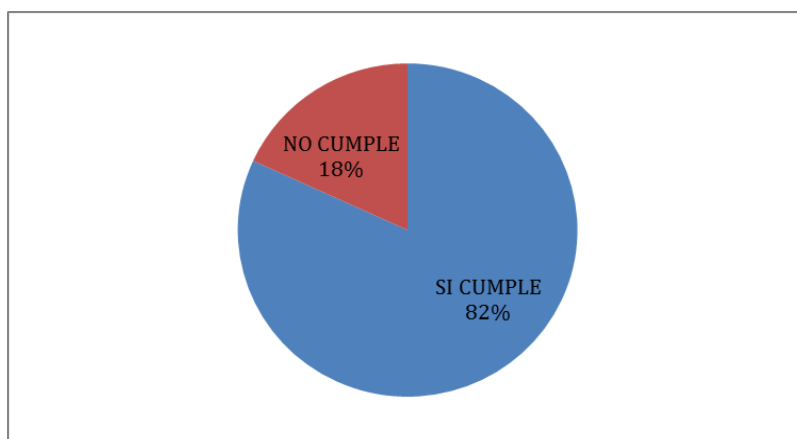
| | SI | NO |
|---|------------------|------------------|
| <p>12.1. El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en su código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa</p> | <p>1</p> | |
| <p>12.2. Cumple con las normas y procedimientos legales previstos en El Código Laboral</p> | <p>1</p> | |
| <p>La empresa:</p> | <p>SI</p> | <p>NO</p> |

| | | |
|---|-----|-----|
| 12.3. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones. | 1 | |
| 12.4. Efectuó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente. | 1 | |
| 12.5. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y beneficios. | | 1 |
| 12.6. Tiene un componente de participación en los resultados | 1 | |
| 12.7. Cuenta con un manual de cargos y salarios | 1 | |
| 12.8. Desarrolla actividades sociales en las cuales participan los colaboradores y sus familias. | 1 | |
| 12.9. Realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores. | | 1 |
| 12.10. Realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados. | 1 | |
| El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea: | | |
| 12.11. Ofrece a los empleados bonificaciones adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental. | 1 | |
| Suma | 9 | 2 |
| Porcentaje | 82% | 18% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 13

Política de remuneración, beneficios y carrera.



Fuente: Tabla No. 12
Elaborado por: La autora

En cuanto a la política de remuneración, beneficios y carrera cumple en un 82%, y en relación al no cumplimiento se da pues no se realizan encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y beneficios ni sobre la satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores.

Indicador 13. Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.

| | | | |
|--|---|--|--|
| Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector. | Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector. | Además de eso, desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados en relación al tema, evidenciando áreas críticas. | Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los |
|--|---|--|--|

| | | | |
|--|---------|---|----------------------|
| | | | divulga ampliamente. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 13

Indicador 13. Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.

| | SI | NO |
|--|----|----|
| 13.1. Fue certificada por las normas SA8000 , BS 8800 , OHSAS 18001 o por norma equivalente. | 1 | |
| 13.2. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y alcohol. | | 1 |
| 13.3. Ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA. | | 1 |
| 13.4. Posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos. | 1 | |
| 13.5. Esa política prevé la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA. | | 1 |
| 13.6. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos. | 1 | |
| 13.7. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos. | 1 | |
| 13.8. Promueve ejercicios físicos en el horario laboral. | | 1 |
| 13.9. Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.) | | 1 |

| | | |
|---|-----|-----|
| 13.10. Posee programa de orientación alimentaria y nutricional. | | 1 |
| 13.11. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras. | | 1 |
| 13.12. Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos. | | 1 |
| 13.13. Capacita anualmente en salud y seguridad. | 1 | |
| 13.14. Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares. | 1 | |
| 13.15. En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad. | 1 | |
| Suma | 7 | 8 |
| Porcentaje | 47% | 53% |

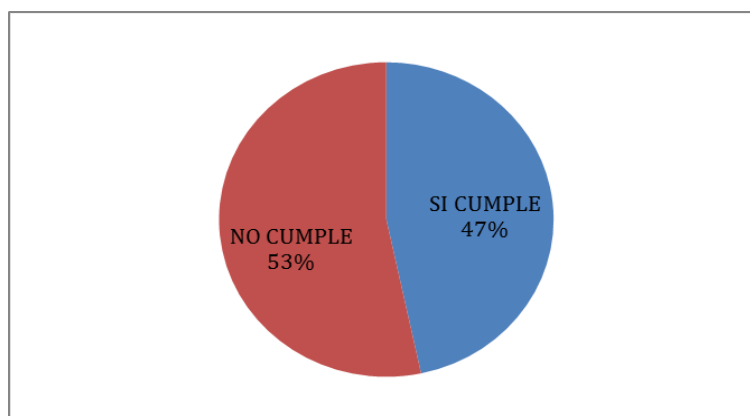
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|------|------|------|
| 13.16. Promedio de accidentes laborales por empleado/año | 1 | 0 | 0 |
| 13.17. Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio | 0 | 1 | 0 |
| 13.18. Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o de prestadores de servicio, con retiro permanente del cargo. | 0 | 0 | 0 |
| 13.19. Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio. | 0 | 0 | 0 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 14

Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.



Fuente: Tabla No. 13

Elaborado por: La autora

En relación a los cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales la cooperativa cumple en un 47% dado que los ítems del indicador son amplios y tiene un alcance amplio, lo que genera costos y mayor utilización de recursos de la cooperativa.

Por lo que no se puede cumplir con programas de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y alcohol o específicos para portadores de HIV/SIDA entre otros, tal vez una parte del contenido del indicado no es aplicable a la Cooperativa, porque su objeto social va relacionado con la intermediación financiera, pero si le falta coordinar con organismos como el IESS o la propia Dirección Provincial de Salud de Bolívar, para juntarse a campañas al respecto.

Indicador 14. Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.

| | | | |
|--|---|--|--|
| Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas. | Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su | Además de promover capacitación continua, ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus | En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la |
|--|---|--|--|

| | | | |
|--|-----------|--|--|
| | personal. | empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual. | empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 14

Indicador 14. Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.

| La empresa: | SI | NO |
|---|----|----|
| 14.1. Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para ajustar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional. | 1 | |
| 14.2. Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos. | | 1 |
| 14.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas. | 1 | |
| 14.4. Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados. | 1 | |
| 14.5. Posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo. | | 1 |
| 14.6. Prevé espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos | 1 | |

| | | |
|---|-----|-----|
| 14.7. Considerando su papel social respecto a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento. | 1 | |
| 14.8. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, trata de emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas. | 1 | |
| 14.9. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados. | 1 | |
| Suma | 7 | 2 |
| Porcentaje | 78% | 22% |

Elaborado por: La autora

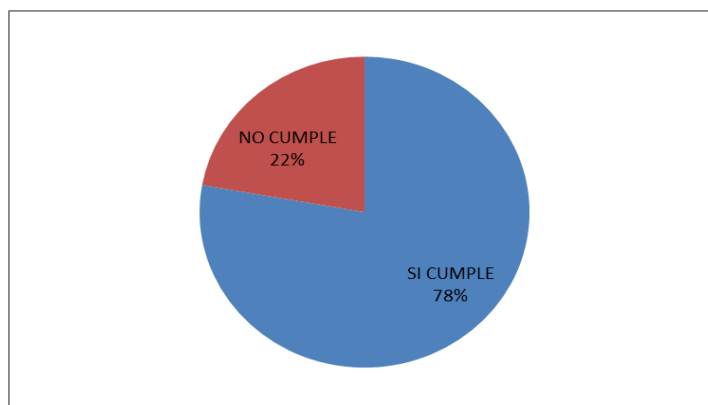
| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|
| 14.10. Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año. | 1920 | 1920 | 1920 |
| 14.11. Porcentaje de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación. | 2% | 3% | 3% |
| 14.12. Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo. | 0 | 0 | 0 |
| 14.13. Porcentaje de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo. | 0 | 0 | 0 |
| 14.14. Porcentaje de mujeres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo. | 0 | 0 | 0 |
| 14.15. Porcentaje de mujeres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo. | 20% | 20% | 20% |
| 14.16. Porcentaje de mujeres con enseñanza terciaria o técnica completa en la fuerza de trabajo. | 20% | 20% | 20% |
| 14.17. Porcentaje de mujeres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo. | 60% | 60% | 60% |
| 14.18. Porcentaje de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de | 0 | 0 | 0 |

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| trabajo. | | | |
| 14.19. Porcentaje de hombres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo. | 0 | 0 | 0 |
| 14.20. Porcentaje de hombres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo. | 10% | 10% | 10% |
| 14.21. Porcentaje de hombres con enseñanza terciaria o técnica completa en la fuerza de trabajo. | 20% | 20% | 20% |
| 14.22. Porcentaje de hombres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo. | 70% | 70% | 70% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 15

Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.



Fuente: Tabla No. 14

Elaborado por: La autora

En cuanto al compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad la cooperativa cumple en un 78% con respecto a su personal y dirigencia, también es importante notar que parte de del contenido del indicador no es aplicable a la cooperativa, su misión no es alfabetizar y esos casos no existen con respecto al indicador de empleabilidad que maneja en la actualidad.

Indicador 15. Comportamiento en los despidos.

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Sigue rigurosamente las legislaciones vigentes y provee al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal, procura analizar las alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal de su excedente de empleados; reducción de carga horaria etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.</p> | <p>Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones por competencia técnica, psicológica y de conducta; que garanticen la impersonalidad de la decisión y el acceso a las informaciones que encaminaron el proceso, a fin de propiciar el crecimiento profesional de la/s persona/s despedida/s. Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de dependientes etc.) para orientar las prioridades.</p> | <p>Ofrece servicios de reinserción laboral y otorgamiento de prestaciones por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En el caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de retiro voluntario que mantiene las prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad etc.</p> | <p>Además de eso, financia la recapitación (mentoring, coaching etc.) de los colaboradores despididos sin justa causa.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 15

Indicador 15. Comportamiento en los despidos.

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 15.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para minimización y mejoría de ese indicador. | 1 | |
| 15.2. Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos u otras asociaciones de empleados para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal. | | 1 |
| 15.3. Busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedurismo. | | 1 |
| 15.4. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron las decisiones tomadas. | 1 | |
| 15.5. La situación socioeconómica del empleado es considerada al momento de su despido. | 1 | |
| Suma | 3 | 2 |
| Porcentaje | 60% | 40% |

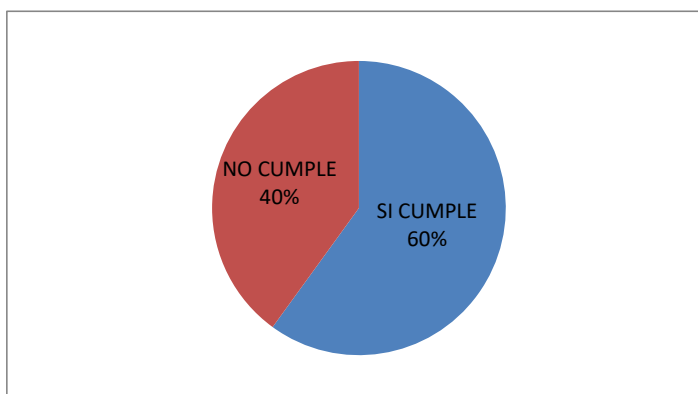
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|------|------|------|
| 15.6. Número de empleados al final del periodo. | 34 | 38 | 43 |
| 15.7. Total del pasivo laboral al final del periodo. | 34 | 38 | 43 |
| 15.8. Total de demandas laborales abiertas final del periodo. | 0 | 0 | 0 |
| 15.9. Número del total de despidos en el periodo. | 2 | 1 | 0 |
| 15.10. Número del total de incorporaciones en el periodo. | 0 | 4 | 5 |
| 15.11. Porcentaje de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados. | 0 | 0 | 0 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 16

Comportamiento en los despidos.



Fuente: Tabla No. 15
Elaborado por: La autora

En cuanto al comportamiento en los despidos a cooperativa cumple en un 60%, pero se debe tener en cuenta que el indicador como tal no se lo considera para su aplicación en la empresa.

Indicador 16. Preparación para la jubilación.

| | | | |
|--|---|---|--|
| Ofrece información básica sobre la obtención de la jubilación. | Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación. | Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), orientación y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera. | Además de adoptar un programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 16

Indicador 16. Preparación para la jubilación.

| La empresa: | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 16.1. Ofrece un programa de seguridad social complementario a lo que establece la ley, a todos sus empleados. | | 1 |
| 16.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación. | | 1 |
| 16.3. Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad. | | 1 |
| 16.4. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de las personas de la tercera edad. | 1 | |
| Suma | 1 | 3 |
| Porcentaje | 25% | 75% |

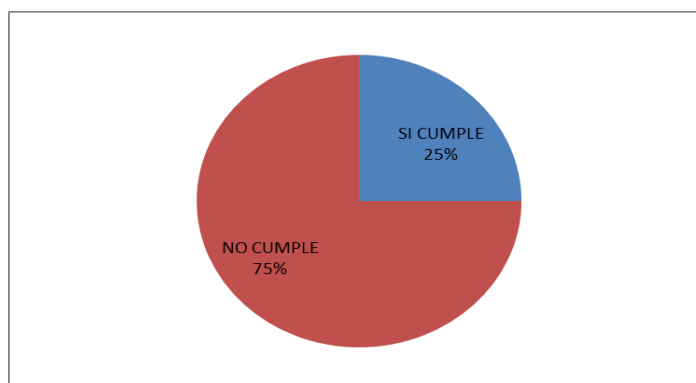
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|
| 16.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación. | 0 | 0 | 0 |
| 16.6. Número de líderes y jefaturas capacitadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado. | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 17

Preparación para la jubilación.



Fuente: Tabla No. 16

Elaborado por: La autora

En cuanto a la preparación para la jubilación la cooperativa cumple escasamente en un 25%, dado que solo se ha enfocado en ofrecer información básica sobre la obtención de la jubilación.

3.2.3. Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD CON LAS GENERACIONES FUTURAS

Indicador 17. Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.

Indicador 18. Educación y Concientización Ambiental.

Indicador 17. Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental.

| | | | |
|--|--|--|---|
| Además de cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejora ambiental. | Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee un área o comité responsable del medio ambiente. | Trata la cuestión ambiental como un tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica. | Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la |
|--|--|--|---|

| | | | |
|--|---------|---|----------------------------|
| | | | sustentabilidad ambiental. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 17

Indicador 17. Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental.

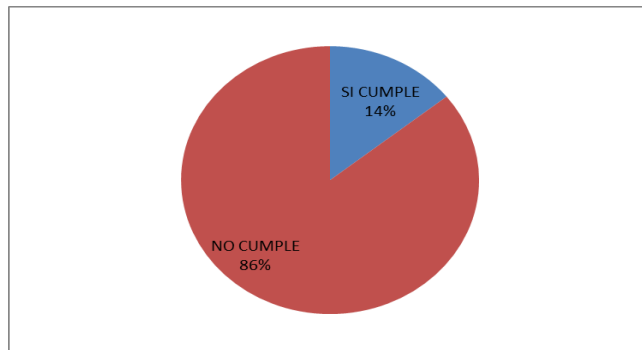
| La empresa: | SI | NO |
|--|----|----|
| 17.1. Posee una política ambiental formal, de conocimiento de todos los empleados y que consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| 17.2. Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas. | | 1 |
| 17.3. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad. | | 1 |
| 17.4. Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados. | | 1 |
| 17.5. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.) | | 1 |
| 17.6. Tiene procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejoría de la calidad ambiental. | | 1 |
| 17.7. Tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc. generado por los productos y/o servicios de la | | 1 |

| | | |
|-----------------|-----|-----|
| propia empresa. | | |
| Suma | 1 | 6 |
| Porcentaje | 14% | 86% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 18

Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental.



Fuente: Tabla No. 17

Elaborado por: La autora

En cuanto al compromiso con la mejoría de la calidad ambiental, la cooperativa cumple en un 14%, y esto a causa de no tener políticas enfocadas al cuidado del medio ambiente, en especial en temas internos como el manejo de la energía, agua, desechos, entre otros. La cultura ambiental está aún alejada de las tareas consustanciales a la naturaleza de los servicios y productos que presta y al propio cuidado de su personal de temas como los detallados.

Indicador 18. Educación y concientización ambiental.

| | | | |
|--|--|--|---|
| Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de la presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro etc.). | Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental enfocadas en el público interno, poniendo a su disposición y promoviendo discusiones. | Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa. | Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa de proyectos educativos en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 18

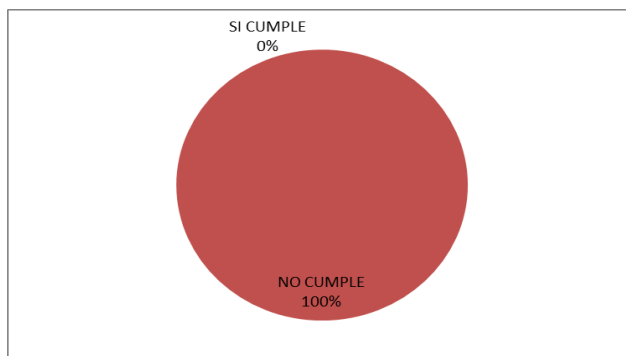
Indicador 18. Educación y concientización ambiental.

| La empresa: | SI | NO |
|---|----|------|
| 18.1. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en los 3Rs. | | 1 |
| 18.2. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo consciente. | | 1 |
| Suma | 0 | 2 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 19

Educación y concientización ambiental.



Fuente: Tabla No. 18

Elaborado por: La autora

La cooperativa no cumple con el indicador de educación y concientización ambiental, en base a que no se ha considerado la aplicación en la empresa, por tanto este es un reto necesario para ser en su totalidad socialmente responsable.

3.2.4. Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES

Indicador 19. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores.

Indicador 20. Apoyo al Desarrollo de Proveedores.

Indicador 19. Criterios de selección y evaluación de proveedores.

| | | | |
|--|--|---|--|
| <p>Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados, conocidas por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.</p> | <p>Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.</p> | <p>Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción</p> | <p>Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y</p> |
|--|--|---|--|

| | | | |
|--|---------|---|---|
| | | de estándares ambientales. | monitorean esos criterios periódicamente. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 19

Indicador 19. Criterios de selección y evaluación de proveedores.

| La empresa: | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 19.1. Incluye las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | 1 |
| 19.2. Incluye en sus políticas de relacionamiento con proveedores la cancelación de contratos por conductas no éticas de éstos. | | 1 |
| 19.3. Incluye en sus políticas de relacionamiento con proveedores el rechazo de contratos cuando considere que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectas. | | 1 |
| 19.4. Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general. | | 1 |
| 19.5. Posee una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores. | | 1 |
| 19.6. Produce un informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva. | | 1 |
| 19.7. Debate cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, buscando la capacitación y adecuación de los mismos a sus criterios. | | 1 |

| | | |
|---|----|------|
| 19.8. Prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial | | 1 |
| 19.9. Establece un plazo formal para que sus proveedores se adecuen a sus criterios de responsabilidad social. | | 1 |
| 19.10. Al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas para verificar el cumplimiento de esas prácticas. | | 1 |
| 19.11. Adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o frutos de robo de carga. | | 1 |
| Suma | 0 | 11 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

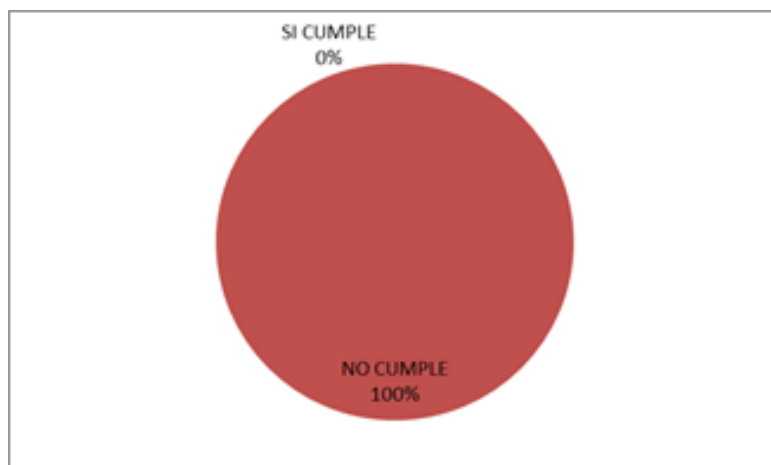
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|
| 19.12. Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social. | 0% | 0% | 0% |
| 19.13. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores. | 0 | 0 | 0 |
| 19.14. Total de proveedores. | 3 | 3 | 3 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 20

Criterios de selección y evaluación de proveedores.



Fuente: Tabla No. 19
Elaborado por: La autora

La cooperativa no cumple con el indicador de criterios de selección y evaluación de proveedores, en base a que no se ha tratado este asunto antes.

Indicador 20. Apoyo al desarrollo de proveedores.

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.</p> | <p>Contribuye para la mejoría del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.</p> | <p>Además de contribuir a la mejoría gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.</p> | <p>Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su involucramiento en proyectos sociales y ambientales.</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |
| <p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> | | <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa.</p> | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 20

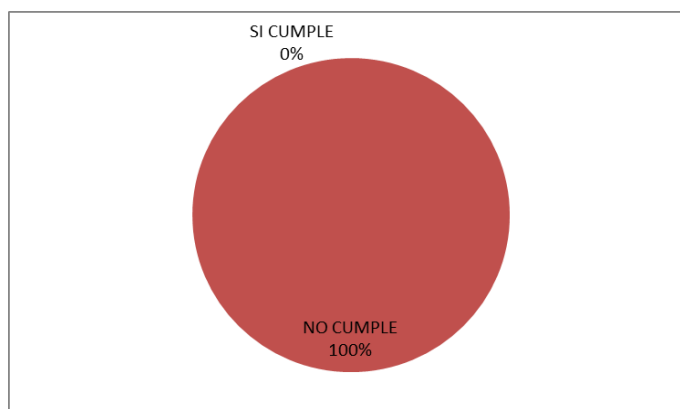
Indicador 20. Apoyo al desarrollo de proveedores.

| La empresa: | SI | NO |
|---|----|------|
| 20.1. Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones nativas, personas con discapacidad etc.). | | 1 |
| 20.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo | | 1 |
| 20.3. Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de cualificación y de traspaso de tecnologías etc.). | | 1 |
| 20.4. Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos modelos de suministro. | | 1 |
| 20.5. Tiene una política de compras que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental (como son las SA8000 , ISO 14000 , FLO , etc.) | | 1 |
| 20.6. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendimiento de cuentas. | | 1 |
| 20.7. Posee la Gráfico del ‘defensor’ de proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con ellos. | | 1 |
| 20.8. Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores. | | 1 |
| Suma | 0 | 8 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 21

Apoyo al desarrollo de proveedores.



Fuente: Tabla No. 20
Elaborado por: La autora

La cooperativa no cumple con el indicador de apoyo al desarrollo de proveedores, en base a que no se ha considerado para su aplicación en la cooperativa.

3.2.5. Socios y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

Indicador 21. Política de Comunicación Comercial.

Indicador 22. Excelencia en la Atención.

Indicador 23. Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios.

Indicador 21. Política de comunicación comercial.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y | Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo. | Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y actúa en forma tal que su comunicación posibilita la creación | Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de |
|---|---|---|---|

| | | | |
|--|---------|--|---|
| resultados financieros. | | de valores positivos en la sociedad, para contribuir al desarrollo sostenible. | responsabilidad y transparencia en la comunicación. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 21

Indicador 21. Política de comunicación comercial.

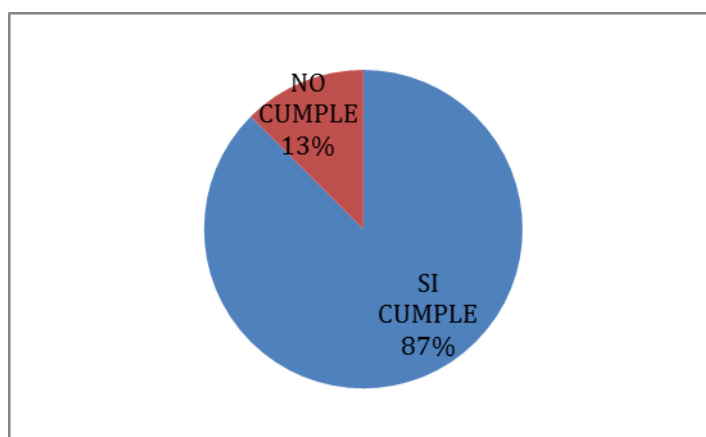
| | SI | NO |
|---|----|----|
| 21.1. La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| La empresa: | | |
| 21.2. Actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) | 1 | |
| 21.3. Llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (plazos, precio etc.). | 1 | |
| 21.4. Tiene una política formal contra la publicidad que coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo. | | 1 |
| 21.5. Realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios. | 1 | |
| 21.6. Posee políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable. | 1 | |
| 21.7. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al | 1 | |

| | | |
|---|-----|-----|
| público infanto juvenil. | | |
| 21.8. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. | 1 | |
| Suma | 7 | 1 |
| Porcentaje | 87% | 13% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 22

Política de comunicación comercial.



Fuente: Tabla No. 21

Elaborado por: La autora

En cuanto a la política de comunicación comercial, la cooperativa cumple en un 87%, por el hecho de no poseer una política formal contra la publicidad que coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo.

Indicador 22. Excelencia en la atención.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente | Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra | Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente los reclamos, posee | Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|--|--|--|
| divulgado, centrado en la información y en la solución de demandas individuales.. | y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados. | procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios. | compromiso de los grupos de interés en el proceso. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 22

Indicador 22. Excelencia en la atención.

| | SI | NO |
|--|----|----|
| 22.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 1 | |
| La empresa: | | |
| 22.2. Tiene un defensor del consumidor o función similar. | | 1 |
| 22.3. Ofrece Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios. | 1 | |
| 22.4. Promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor. | 1 | |
| 22.5. Entrena e incentiva a sus profesionales de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas. | 1 | |
| 22.6. Advierte continuamente a sus profesionales de atención al cliente y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la | 1 | |

| | | |
|--|-----|-----|
| obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios. | | |
| 22.7. Evalúa el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y esto se utiliza en los procesos de toma de decisión de la empresa. | 1 | |
| 22.8. Al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente. | 1 | |
| 22.9. Tiene política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios. | 1 | |
| 22.10. Posee una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario. | 1 | |
| 22.11. Informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerlas. | 1 | |
| 22.12. Solicita al cliente sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias. | 1 | |
| 22.13. Provee informaciones del cliente a terceros sólo mediante su autorización. | 1 | |
| 22.14. Posee una política que le permite al cliente o usuario, incluir, alterar y excluir datos del banco de información de la empresa. | | 1 |
| 22.15. Implementa un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes. | 1 | |
| 22.16. Comparte con sus colaboradores empresa la opinión de sus clientes. | 1 | |
| 22.17. La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones. | 1 | |
| Suma | 15 | 2 |
| Porcentaje | 88% | 12% |

Elaborado por: La autora

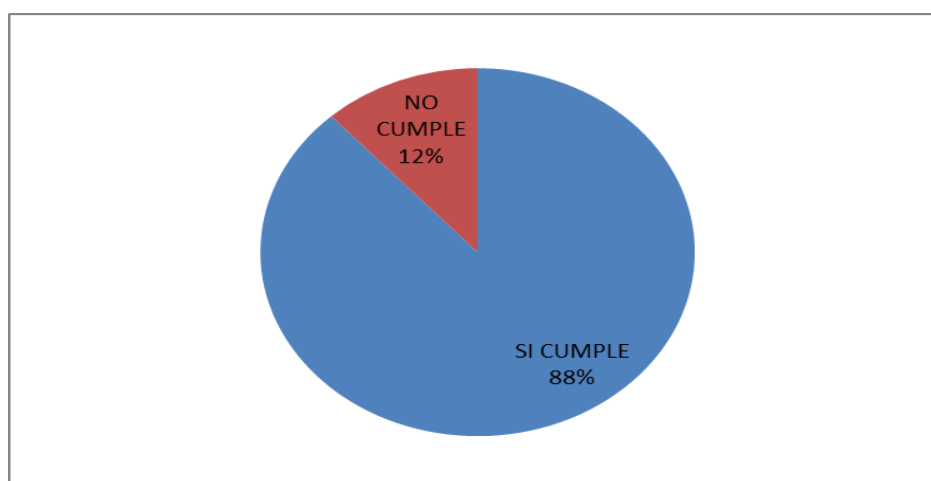
| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|--------|--------|--------|
| 22.18. Utilidad Líquida. | 70.436 | 80.547 | 60.720 |
| 22.19. Total de consumidores o clientes. | 13.000 | 15.000 | 17.000 |

| | | | |
|---|------|------|------|
| 22.20. Total de llamadas atendidas por el SAC. | 1600 | 1940 | 2020 |
| 22.21. Porcentaje de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC. | 4% | 3% | 3% |
| 22.22. Porcentaje de reclamos no atendidos por el SAC. | 2% | 1% | 1% |
| 22.23. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos) | 2 | 2 | 1 |
| 22.24. Cantidad de innovaciones implementadas a raíz de la interferencia del defensor y/o del servicio de atención a consumidores/clientes. | 2 | 3 | 4 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 23

Excelencia en la atención.



Fuente: Tabla No. 22

Elaborado por: La autora

En cuanto a excelencia en la atención, la cooperativa cumple en un 100% al promover la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.

Indicador 23. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.

| | | | |
|--|---|---|--|
| Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes. | Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes. | Además de eso, obtiene por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente. | Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética como dimensiones importantes en la concepción, reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 23

Indicador 23. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.

| La empresa | SI | NO |
|---|----|----|
| 23.1. Mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del cliente sobre sus productos y servicios. | | 1 |
| 23.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis. | 1 | |

| | | |
|---|-----|-----|
| 23.3. Cumple con los de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente. | 1 | |
| 23.4. Cumple con la moral al no poseer servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Ecuador. | 1 | |
| Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la empresa: | | |
| 23.5. Las especificaciones, tasas y condiciones están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece. | 1 | |
| Suma | 4 | 1 |
| Porcentaje | 80% | 20% |

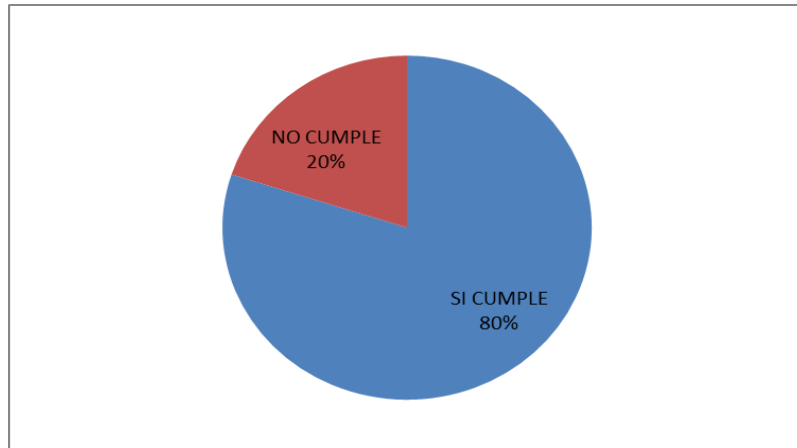
Elaborado por: La autora

| | | |
|--|---|---|
| Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor: | | |
| 23.6. Total de demandas administrativas (Ministerio de Industria y Comercio) | 0 | 0 |
| 23.7. Total de demandas judiciales (civiles y criminales) recibidas. | 0 | 0 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 24

Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.



Fuente: Tabla No. 23
Elaborado por: La autora

En cuanto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios la cooperativa cumple en un 80% al considerar los valores y principios de la cooperativa, el desarrollo sostenible y la ética como dimensiones importantes en la concepción, reformulación, colocación y venta de sus productos y/o servicios y en relación al no cumplimiento 20% pues no mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del cliente sobre sus productos y servicios.

3.2.6. Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

Indicador 24. Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno.

Indicador 25. Relaciones con Organizaciones Locales.

ACCIÓN SOCIAL

Indicador 26. Financiamiento de la Acción Social.

Indicador 27. Involucración con la Acción Social.

Indicador 24. Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

| | | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|--------|--|---|
| Procura tomar medidas reparadoras en | Conoce en profundidad | en sus | Posee una política formal de anticiparse | Además de poseer una política formal de |
|--------------------------------------|-----------------------|--------|--|---|

| | | | |
|--|--|--|---|
| respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad. | impactos en la comunidad, posee proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre disposiciones tomadas. | a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas. | relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 24

Indicador 24. Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

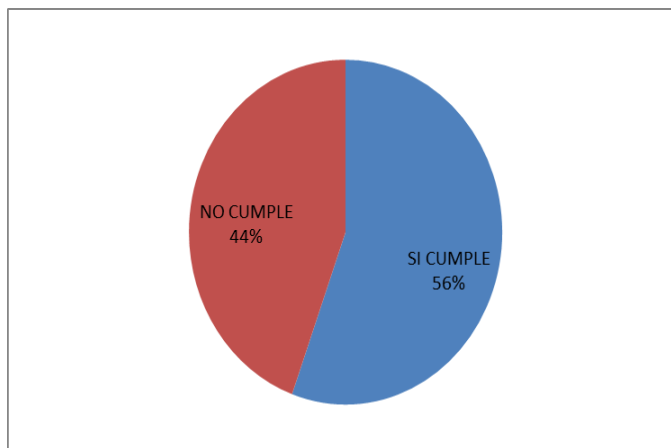
| La empresa: | SI | NO |
|--|----|----|
| 24.1. Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios. | | 1 |
| 24.2. Posee políticas de relaciones con la comunidad de entorno, contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores. | | 1 |
| 24.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones. | 1 | |
| 24.4. Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.). | | 1 |
| 24.5. Tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas del lugar, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la | 1 | |

| | | |
|--|-----|-----|
| comunidad. | | |
| 24.6. Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente. | 1 | |
| 24.7. Concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa. | 1 | |
| 24.8. Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno. | | 1 |
| 24.9. En caso de que actúe en regiones que lindan con comunidades y reservas indígenas, la empresa posee políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones nativas. | 1 | |
| Suma | 5 | 4 |
| Porcentaje | 56% | 44% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 25

Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.



Fuente: Tabla No. 24
Elaborado por: La autora

En cuanto al gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno, la cooperativa cumple en un 56%, considerando que los ítems con los que no cumple exigen desembolsos de recursos que la cooperativa no está en capacidad de realizar como contribuir con mejoras en la infraestructura o en el

ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.), además de no poseer indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno.

Indicador 25. Relaciones con organizaciones locales.

| | | | |
|--|--|---|--|
| Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo. | Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas. | Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados. | Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 25

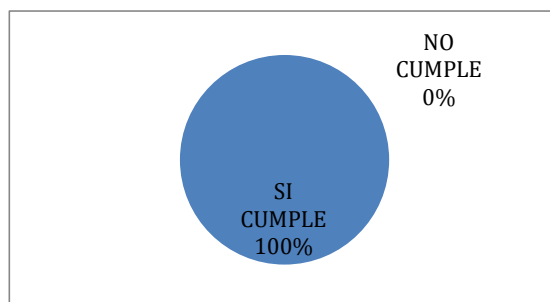
Indicador 25. Relaciones con organizaciones locales.

| La empresa: | SI | NO |
|--|------|----|
| 25.1. Hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad. | 1 | |
| 25.2. Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público. | 1 | |
| Suma | 2 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 26

Relaciones con organizaciones locales.



Fuente: Tabla No. 25
Elaborado por: La autora

En cuanto a la relaciones con organizaciones locales la cooperativa cumple en un 100% pues responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo.

Indicador 26. Financiamiento de la acción social.

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>Fondo variable, administrado arbitrariamente por un director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.</p> | <p>Fondos definidos en un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.</p> | <p>Programa social estructurado o inversión social privada, administrada por un equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidos.</p> | <p>Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p> |
| <p>Etapa 1</p> | <p>Etapa 2</p> | <p>Etapa 3</p> | <p>Etapa 4</p> |

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa.

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 26

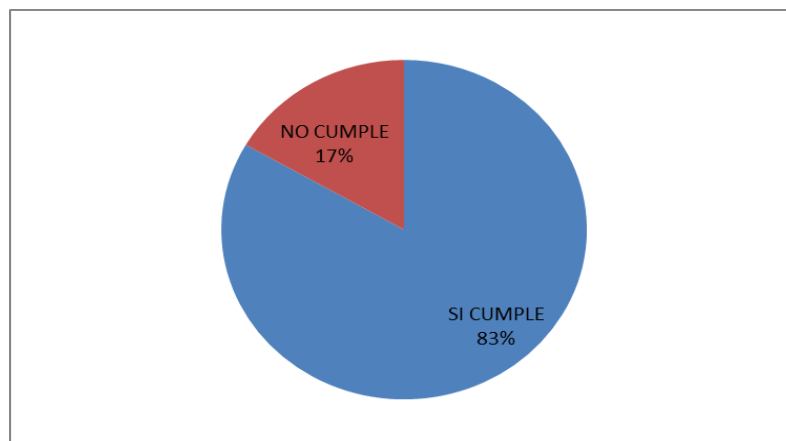
Indicador 26. Financiamiento de la acción social.

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 26.1. Incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica. | 1 | |
| 26.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones. | 1 | |
| 26.3. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social. | 1 | |
| 26.4. Planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo | 1 | |
| 26.5. Optimiza el impacto de su acción social fomentando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos. | 1 | |
| 26.6. Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño. | | 1 |
| Suma | 5 | 1 |
| Porcentaje | 83% | 17% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 27

Financiamiento de la acción social.



Fuente: Tabla No. 26
Elaborado por: La autora

En cuanto al financiamiento de la acción social, la cooperativa cumple en un 83% pues posee fondos definidos, administrados con transparencia, conforme a criterios preestablecidos pero no tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social.

Indicador 27. Involucración con la acción social.

| | | | |
|---|--|--|--|
| Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios. | Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos. | Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros). | Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar esos proyectos. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 27

Indicador 27. Involucración con la acción social.

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 27.1. Utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios. | | 1 |
| 27.2. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados. | 1 | |
| 27.3. Autoriza el uso controlado de horas pagas para el trabajo voluntario de los empleados. | | 1 |
| Respecto al gerenciamiento de la acción social, la empresa: | | |
| 27.4. Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa. | | 1 |
| 27.5. Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los colaboradores. | 1 | |
| 27.6. Posee un programa de voluntariado empresarial. | | 1 |

| | | |
|---|-----|-----|
| 27.7. Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias. (anexos) | 1 | |
| 27.8. La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario. | | 1 |
| Suma | 3 | 5 |
| Porcentaje | 37% | 63% |

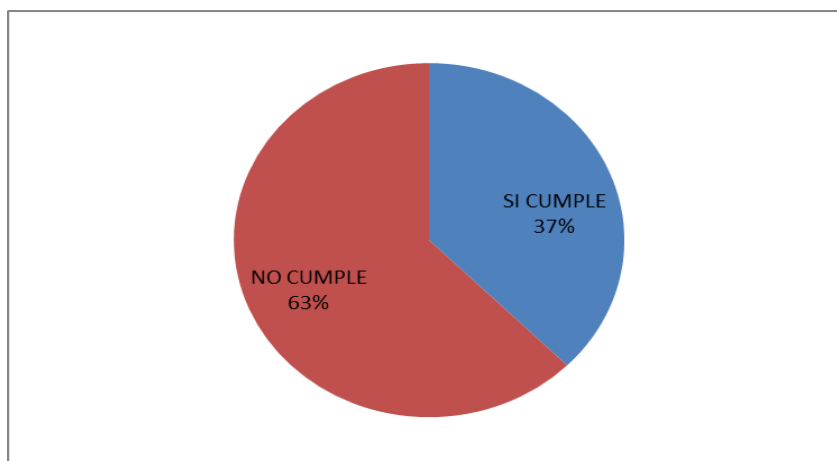
Elaborado por: La autora

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|
| 27.9. Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa) | 3% | 5% | 10% |
| 27.10. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a donaciones en productos y servicios. | 2% | 4% | 6% |
| 27.11. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a donaciones en especie. | 0% | 0% | 0% |
| 27.12. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a inversiones en proyecto social propio. | 0% | 0% | 0% |
| 27.13. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a la publicidad en general. | 1% | 1% | 4% |
| 27.14. Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad. | 10% | 12% | 12% |
| 27.15. Cantidad promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la empresa para trabajo voluntario de empleados. | 1 | 2 | 2 |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 28

Involucración con la acción social.



Fuente: Tabla No. 27
Elaborado por: La autora

En cuanto a la involucración con la acción social la cooperativa cumple en un 37% pues le falta involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario y tampoco posee un programa de voluntariado empresarial.

3.2.7. Gobierno y Sociedad

TRANSPARENCIA POLÍTICA

Indicador 28. Contribuciones para Campañas Políticas.

Indicador 29. Prácticas Anticorrupción y Anticoima.

LIDERAZGO SOCIAL

Indicador 30. Liderazgo e Influencia Social.

Indicador 31. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.

Indicador 28. Contribuciones para campañas políticas.

| | | | |
|--|---|--|---|
| Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la | Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre | La decisión de financiamiento o no financiamiento se toma de forma transparente, (por medio de políticas escritas, del código de | Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadana e importancia del voto, involucrando a todos |
|--|---|--|---|

| | | | |
|--|---------------------|--|--|
| legislación. | la decisión tomada. | conducta y/o declaración de valores etc.) permitiendo el acceso a los grupos de interés a las informaciones y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación. | los empleados y a otros grupos de interés. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 28

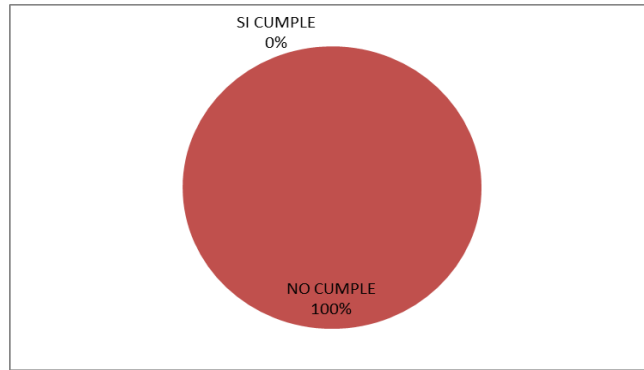
Indicador 28. Contribuciones para campañas políticas.

| La empresa: | SI | NO |
|---|----|------|
| 28.1. La empresa tiene como política no contribuir financieramente para campañas políticas. | | 1 |
| 28.2. La empresa tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados. | | 1 |
| Suma | 0 | 2 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 29

Contribuciones para campañas políticas.



Fuente: Tabla No. 28
Elaborado por: La autora

En referencia a las contribuciones para campañas políticas la cooperativa no considera su aplicación en la organización.

Indicador 29. Prácticas anticorrupción y anticoima.

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y castigo.</p> | <p>Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecer directa o indirectamente a agentes del poder público.</p> | <p>Asume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona). Mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en</p> | <p>Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y anti éticas también dependen de la divulgación, facilitación o educación, la empresa busca involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la</p> |
|--|---|---|--|

| | | | |
|--|---------|---|--|
| | | caso de ocurrencia. | utilización de herramientas relacionadas, etc. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 29

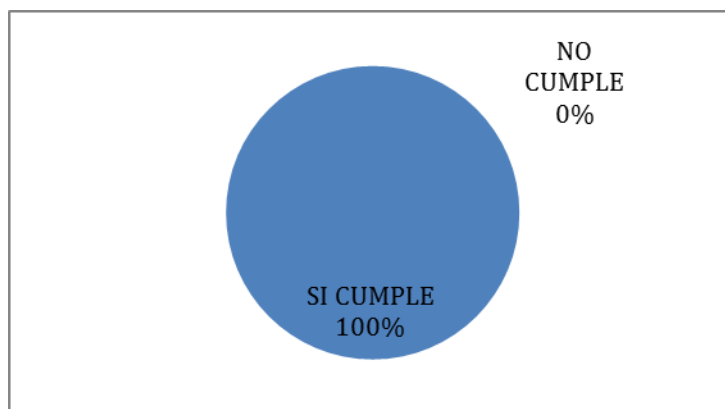
Indicador 29. Prácticas anticorrupción y anticoima.

| La empresa: | SI | NO |
|---|------|----|
| 29.1. La empresa posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas. | 1 | |
| 29.2. Prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público. | 1 | |
| 29.3. Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos que tienen por objetivo la manipulación de edictos de la competencia (públicos o privados). | 1 | |
| Suma | 3 | 0 |
| Porcentaje | 100% | 0% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 30

Prácticas anticorrupción y anticoima.



Fuente: Tabla No. 29
Elaborado por: La autora

En relación a prácticas anticorrupción y anticoima la cooperativa cumple en un 100%, seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y anti éticas también dependen de la divulgación, facilitación o educación.

Indicador 30. Liderazgo e influencia social.

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.</p> | <p>Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.</p> | <p>Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socio ambiental. (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona). Mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrencia.</p> | <p>Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socio ambiental y en el diálogo con autoridades públicas para su adopción.</p> |
|---|--|--|--|

| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
|--|---------|---|---------|
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 30

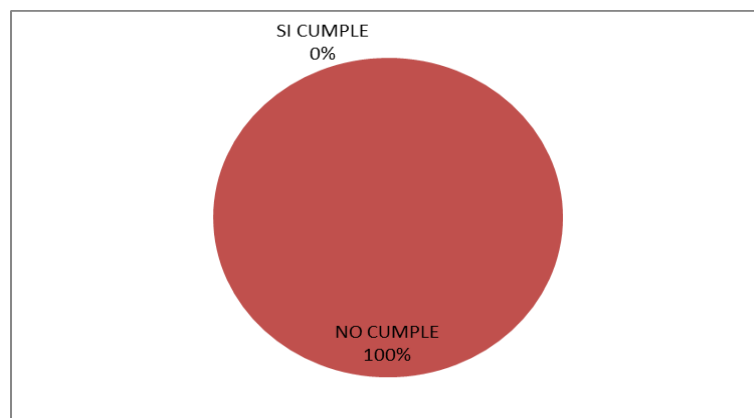
Indicador 30. Liderazgo e influencia social.

| La empresa: | SI | NO |
|--|----|------|
| 30.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público. | | 1 |
| 30.2. Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación del personal del sector en el que actúa. | | 1 |
| 30.3. Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica. | | 1 |
| 30.4. Promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad. | | 1 |
| 30.5. Ofrece apoyo a instituciones educativas locales, impulsando y sosteniendo procesos de transferencia tecnológica a escuelas primarias y secundarias y se colabora con su equipamiento | | 1 |
| Suma | 0 | 5 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 31

Liderazgo e influencia social.



Fuente: Tabla No. 30
Elaborado por: La autora

En cuanto al liderazgo e influencia social, la cooperativa no cumple en un 100%, pues le falta una mayor interacción con instituciones, estimular el desarrollo y ofrecer apoyo a instituciones educativas locales, impulsando y sosteniendo procesos de transferencia tecnológica a escuelas primarias y secundarias.

Indicador 31. Participación en proyectos sociales gubernamentales.

| | | | |
|---|---|--|---|
| Contribuye tan sólo con el pago de impuestos. | Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del poder público, en respuesta a solicitudes de las autoridades. | Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales. | Participa activamente en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general, contribuyendo a su fortalecimiento. |
| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
| Nunca hemos tratado este asunto antes. | | No consideramos su aplicación en nuestra empresa. | |

Fuente: Indicadores Adec-Ethos

Tabla No. 31

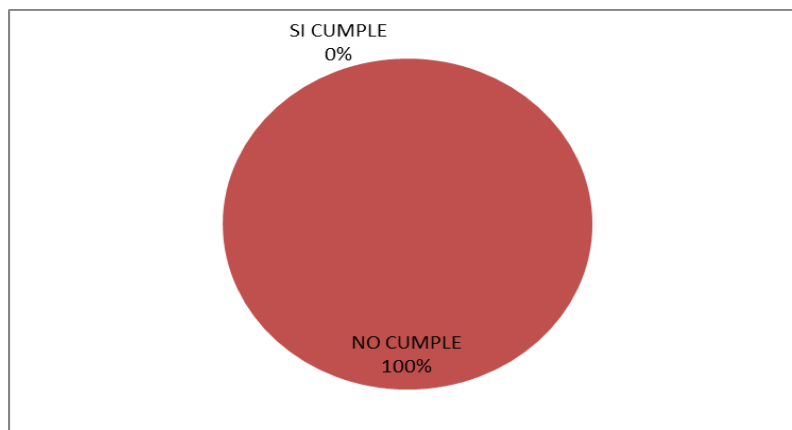
Indicador 31. Participación en proyectos sociales gubernamentales.

| La empresa: | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 31.1. Adopta o desarrolla alianzas con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria etc. | | 1 |
| 31.2. Patrocina programas públicos o privados de becas escolares. | | 1 |
| 31.3. Articula y coordina alianzas en los programas en los cuales participa. | | 1 |
| 31.4. Concientiza a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscalizarlas. | | 1 |
| 31.5. Procura participar de organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en busca de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad. | | 1 |
| Suma | 0 | 5 |
| Porcentaje | 0% | 100% |

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 32

Participación en proyectos sociales gubernamentales.



Fuente: Tabla No. 31

Elaborado por: La autora

En cuanto a la participación en proyectos sociales gubernamentales, la cooperativa no cumple con ningún indicador

3.3. Identificación de Grupos de Interés

Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la cooperativa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Tras su identificación y definición se podrán determinar sus necesidades. Pueden diferenciarse conforme a la siguiente tipología:

Grupos de interés internos

Grupos sociales que se encuentran dentro de la estructura de la organización.

Empleados

Personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie. En función del tipo de trabajo realizado, el sector de actividad y las propias peculiaridades de la organización pueden distinguirse diversas categorías laborales. En términos generales, no obstante, los empleados podemos agruparlos en dos grandes grupos: directivos y no directivos. Los Consejeros y Alta Dirección se consideran incluidos en este grupo de interés.

Socios.

Personas y entidades que poseen participaciones en la cooperativa.

Grupos de interés externos

Grupos sociales no pertenecientes a la estructura interna de la organización, que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica.

Clientes

Consumidores o usuarios de los productos y servicios producidos por la cooperativa. La captación, conocimiento, satisfacción y fidelización de los clientes son aspectos prioritarios de la gestión empresarial.

Proveedores

Personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella. Dicha relación puede estar formalmente recogida en un contrato que establece los compromisos contraídos tanto por la empresa contratante como por el proveedor externo. Algunas de estas cláusulas más comúnmente explicitadas en estos tipos de contratos son: el precio, el plazo de entrega, las especificaciones del producto o servicio y sus garantías, y la forma de pago.

Competidores

Empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los potencialmente mismos clientes o consumidores. Con el fin de captar nuevos clientes o poder satisfacer las nuevas necesidades de los actuales, surgen, a veces, las alianzas temporales entre competidores, que, por otra parte, hacen posible alcanzar estándares de calidad, no siempre realizables de forma individual.

Gobierno

Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y/negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.

Sociedad y público en general

Lo constituyen aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que aún no teniendo una relación directa con la organización, pueden influir en

ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad.

Medio ambiente y generaciones futuras

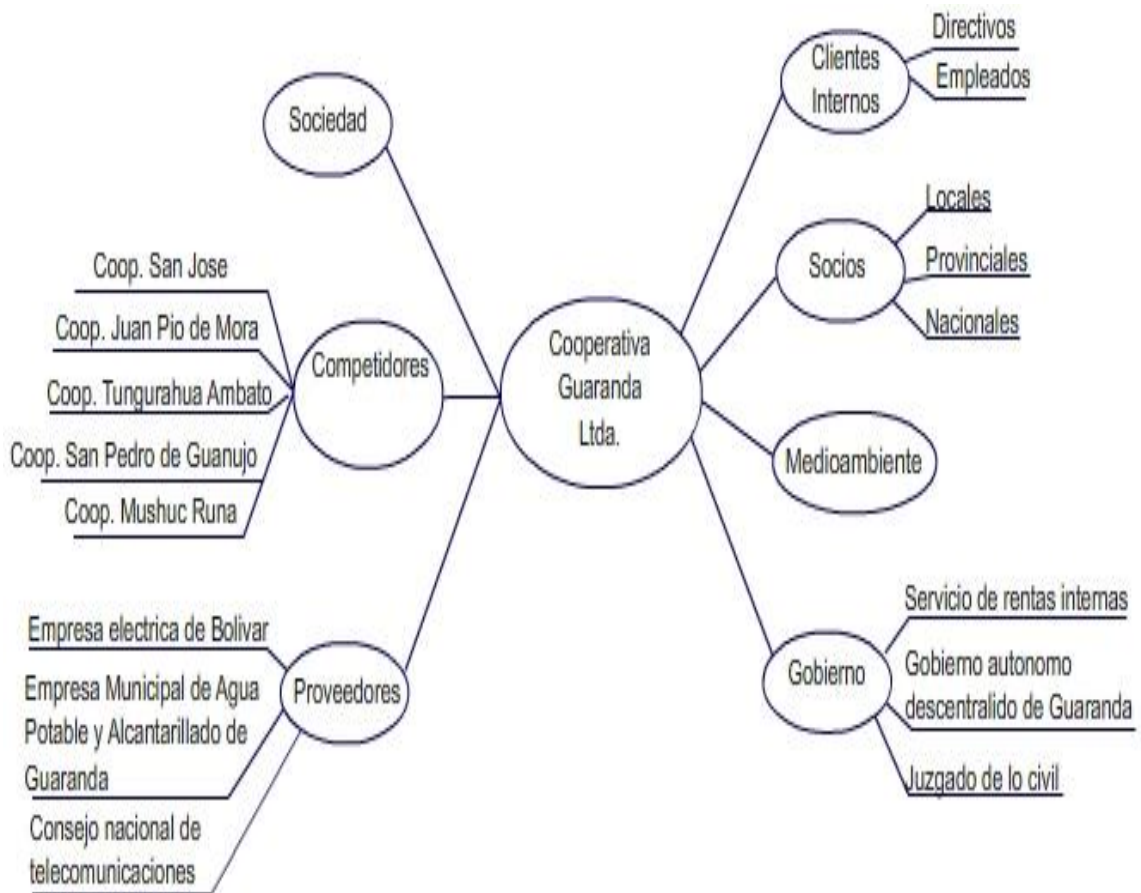
El medio ambiente, como parte interesada, es el entorno físico natural incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables tales como combustibles fósiles y minerales-, así como el patrimonio natural, cultural y artístico. El medio ambiente se encuentra representado también como un grupo de interés en los agentes sociales como las asociaciones de protección de la naturaleza, o las entidades de preservación del patrimonio histórico artístico.

El entorno natural, aunque por su naturaleza no debería ser incluido dentro de los grupos de interés, es importante considerarlo como tal en tanto en cuanto, dichos grupos de interés pueden cambiar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

La preocupación por preservar el entorno natural y el modelo de desarrollo sostenible giran alrededor del concepto de legado para las generaciones futuras, considerando a éstas como grupo de interés en el presente.

3.3.1. Mapeo de Stakeholders Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda. Gráfico No. 33

Mapeo de grupos de interés (Stakeholders)



3.4. Políticas generales de responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Limitada.

Las políticas generales de responsabilidad social se las va construyendo considerando que deben dar pauta para la realización de acciones y considerando además el acceso a la información, los valores, la calidad laboral y por último en referencia al medio ambiente y su cuidado. Para ello se esbozan algunas intensiones que son evidentes al respecto:

- Proveer acceso a información relevante para los grupos de interés y la construcción de información de acuerdo al compromiso con dichos grupos para promover la transparencia de la cooperativa.
- Integración de valores como la honestidad, confianza, respeto, justicia y otros considerando que la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los

estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas.

- Mejora de la calidad de vida laboral, beneficiando directamente a los empleados, a través de compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-familia, horarios flexibles, salud y bienestar, seguridad laboral.
- Aproximación comprehensiva de las operaciones de la compañía, respecto a medidas a favor del medio ambiente como el reciclaje, el uso eficiente de la energía, administración sustentable de los recursos, conservación del Agua y educación ambiental.

CAPÍTULO IV

4. Informe de Sustentabilidad de Responsabilidad Social Empresarial

Tabla No. 32

Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda.

| | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| Ciudad | GUARANDA |
| Actividad | Intermediación Financiera |
| Coordinador | Gerente |
| Tema / Nombre | Responsabilidad Social Empresarial |
| Sede | Cooperativa Guaranda Ltda. |
| Fecha | 18,19,20 y 21 de Junio 2013. |
| Apoyo Logístico | Yadira Jaramillo, María José Monsalve |
| Coordinadores Académicos | Ing. Diego Barba e Ing. Rosa Ponce |

Justificación:

El tema de la RSCoop o RSE, implica fomentar en la cultura de gestión la importancia de involucrarse en los procesos de Responsabilidad Social Cooperativa, así como, el reforzamiento de la tutela de sus intereses en el Buen Gobierno, el fortalecimiento de la Asamblea General como órgano soberano y, fortalecer los sistemas de control de la gestión y administración para que sean más eficientes, democráticos y transparentes.

Para al COAC Guaranda Ltda, la RSCoop es un proceso dinámico, de evaluación permanente de sus gestión social , para involucrase más con sus Steakehorlses y el medio ambiente, pues al introducir esta práctica de gestión, el objetivo final es que la cooperativa sea reconocida como como una empresa socialmente responsable.

Contenido del Informe:

El Informe consta de dos secciones:

- A. Información aportada por los funcionarios y dirigentes de la cooperativa en la encuesta previa.
- B. Información del resultado realizado en la evaluación de los indicadores RSC.

4.1. Informe sección A:

La información que se describe a continuación, fue emitida por los funcionarios y dirigentes a través de una encuesta, antes de iniciar las ponencias sobre “Responsabilidad Social”. Se procedió a realizar una tabulación de los datos para conocer su percepción inicial.

A.1. Lista de funcionarios participantes

Tabla No. 33
Lista de participantes

| No | Nombre de participante | Organización | Cargo |
|-----------|-------------------------------|---------------------|---------------------------|
| 1 | Margoth Peña | Coac Guaranda Ltda. | Consejo de Administracion |
| 2 | Susana Falconí | Coac Guaranda Ltda. | Consejo de Administracion |
| 3 | | Coac Guaranda Ltda. | Consejo de Vigilancia |
| 4 | Danilo Sánchez | Coac Guaranda Ltda. | Asesor Legal |
| 5 | Paola Garcia | Coac Guaranda Ltda. | Gerente General |
| 6 | | Coac Guaranda Ltda. | Secretaria |
| 7 | Ismael Hurtado | Coac Guaranda Ltda. | Oficial de Cumplimiento |

| | | | |
|----|------------------|---------------------|--|
| 8 | Hernan Zarate | Coac Guaranda Ltda. | Jefe de tecnologia e informacion |
| 9 | Lourdes Velasco | Coac Guaranda Ltda. | Jefe Talento Humano |
| 10 | Jessica Ganchala | Coac Guaranda Ltda. | Jefe de Servicio y Atencion al Cliente |
| 11 | Lilian Llaguno | Coac Guaranda Ltda. | Socia |
| 12 | Verónica Vera | Coac Guaranda Ltda. | Jefe de Riesgos |
| 13 | Cezar Ordonez | Coac Guaranda Ltda. | Socio |
| 14 | Magaly Quiroz | Coac Guaranda Ltda. | Auditora Interna |

A.2. CUESTIONARIO

(Las respuestas se transcriben literalmente como las expresaron los participantes):

A.2.1 Describa su definición o criterio sobre lo que considera que es la Responsabilidad Social Empresarial:

Respuestas de las y los participantes:

- ❖ Es una forma de conducir la cooperativa que se caracteriza por tener en cuenta los impactos en todos los aspectos de sus actividades generadas sobre sus socios y clientes, empleados, proveedores, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.
- ❖ Es una acción voluntaria que la cooperativa quiere emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.
- ❖ Es el cumplimiento de compromisos éticos.

- ❖ Son los impactos que genera la actividad cooperativa en el ámbito social, medioambiental y económico.
- ❖ Es el mecanismo sobre el que todos los estamentos de la cooperativa se alinean con miras a lograr los objetivos y cumplir expectativas de comunidad.
- ❖ Compromiso de mejorar la calidad de vida de la sociedad.
- ❖ Es de suma importancia en toda institución para de esta manera llegar a cumplir nuestras metas y sacar adelante nuestra cooperativa y actúe de manera responsable.
- ❖ Que toda la cooperativa se involucre para brindar servicios de calidad, eficientes y eficaces a nuestros socios.
- ❖ Es el cumplimiento de lo que la ley exige toda empresa debe ser socialmente responsable.
- ❖ Es una cultura basada en principios y valores.
- ❖ Práctica que tiene como fin mantener el orden en una sociedad a través de una representatividad.
- ❖ Sistema integral que garantiza el adecuado manejo de la administración, dirección, control y autoevaluación de la gestión de la cooperativa, transparentando las acciones a todos los grupos de interés y no solo a nivel directivo.
- ❖ El conjunto de elementos que facilitan el cumplimiento de objetivos y metas planificadas.
- ❖ Se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

A.2-2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA INICIAL

Para evaluar este tema desde el punto de vista metodológico, se planteó la pregunta: ¿Cómo evalúa la Responsabilidad Social dentro de su Cooperativa, a lo cual, los participantes respondieron de la siguiente manera:

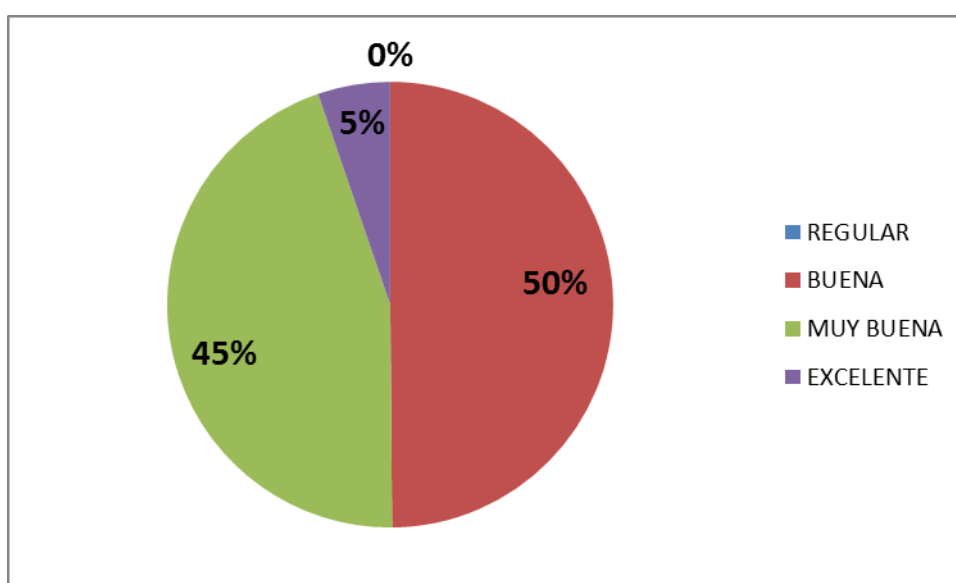
Tabla No. 34

Resultados de la encuesta inicial

| Regular | Bueno | Muy bueno | Excelente | Total |
|---------|-------|-----------|-----------|-------|
| 0 | 7 | 6 | 1 | 14 |
| 0% | 50% | 45% | 5% | 100% |

Gráfico No. 34

Participación en proyectos sociales gubernamentales.



En la Tabla y gráfico anteriores, se aprecia que de los 14 participantes, ninguno consideró que la Responsabilidad Social de su cooperativa es regular; el 50% (7 participantes) consideraron que la Responsabilidad Social de su cooperativa es buena, un 45% (6 participantes) consideraron que es muy buena y un 5% (1 participante) consideró que es excelente.

A.2-3. Razones expuestas por los participantes, al evaluar la Responsabilidad Social de su Cooperativa:

A continuación se presentan, las razones expuestas por los participantes para justificar su valoración contenida en el Tabla y gráfico anterior, sobre la Responsabilidad Social en su Cooperativa:

Estas apreciaciones se incluyen para que los Directivos de la cooperativa, tomen en cuenta la opinión de sus representantes y funcionarios y lo que consideran se puede mejorar.

Tabla No. 35

Opiniones y razones:

| REGULAR | BUENA | MUY BUENA | EXCELENTE |
|---------|--|---|---|
| | Es comprometida con la institución. | Actualmente nos encontramos en un proceso de implementación de cambios significativos beneficiosos para la cooperativa. | Apoya a la gestión para alcanzar los objetivos. |
| | Falta mayor apoyo en RSE. | Es una cooperativa que está creciendo, que se ha ganado su prestigio. | |
| | Hay que seguir mejorando, nunca se llega a un punto máximo, pues los tiempos y el entorno van cambiando. | Tenemos resultados positivos en cuanto a lo económico cuidando siempre la estabilidad de nuestros socios. | |
| | En su mayoría existen temas financieros que son desconocidos para los directivos nuevos. | Se tiene normada las actividades de la cooperativa. | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | Inestabilidad en el Ejecutivo, falta de cooperación y conformación de los grupos de trabajo. | Existe la participación en forma activa de todos los niveles. | |
| | | Existen los elementos básicos para accionar una responsabilidad social. | |

A.2.4. Aporte una opinión constructiva para fortalecer la responsabilidad social en su cooperativa:

Se solicitó a los participantes que aportaran una opinión constructiva para fortalecer la Responsabilidad Social en su Cooperativa, sus respuestas fueron las siguientes:

En este punto lo conveniente es observar principalmente las opiniones con ánimo de mejorar las normas y acciones actuales. Estas opiniones se deben tomar como constructivas. A continuación se transcriben algunas opiniones de los participantes, no se transcriben todas porque los aportes son muy similares entre ellos.

Las principales opiniones emitidas fueron las siguientes:

- ❖ Seguir con la capacitación necesaria para todos los involucrados de la cooperativa.
- ❖ Debe buscarse una mayor participación de los socios en las actividades de la cooperativa.

- ❖ Una mayor cultura sobre cooperativismo y educación cooperativa que influya positivamente en todos haciendo que la cooperativa sea lo primordial en todo.
- ❖ Que exista una mayor capacitación a todos los actores de la institución especialmente de los aspectos que persigue la responsabilidad social.
- ❖ Es un aspecto muy importante que debe ser entendido por todos quienes formamos la cooperativa incluyendo a nuestros socios.
- ❖ Mayor difusión a todo nivel, así como dar a conocer de qué manera aplicamos las políticas de responsabilidad social adoptadas por nuestra cooperativa.
- ❖ Debemos estar en constante capacitación.
- ❖ La formación a quienes desean formar parte del gobierno o gestión.
- ❖ Difundir siempre las actualizaciones de los procesos y procedimientos y mantener la comunicación entre consejos gerencia y empleados.
- ❖ Debe mejorar más en la unión y humildad de todos y salir adelante.
- ❖ La estabilidad de todos los estamentos es un factor decisivo en la responsabilidad social de la cooperativa.
- ❖ Que todos nos involucremos a practicar el código de conducta, valores y principios de la cooperativa para ayudar con nuestro ejemplo a tener una comunidad más culta y satisfecha.
- ❖ Un mejor sistema de comunicación interna.

Las respuestas en general están relacionadas principalmente con el área de educación, capacitación, comunicación, políticas, lo cual está relacionado principalmente a la primera dimensión de responsabilidad social "Valor Transparencia y Gobierno Corporativo", debido que en la mayoría de cooperativas no existe una planificación metodológica sobre las actividades de educación y capacitación que se realizan cada año.

4.2. Informe Sección B:

Instrumento metodológico de evaluación

La siguiente matriz contiene la metodología para la valoración del grado de aplicación de los indicadores y criterios que el manual contempla para la valoración de la Gobernabilidad en una cooperativa.

En la primera columna se describe lo que corresponde a cada espacio en el Tabla. En las columnas siguientes lo que representan son los rangos de aplicación en los que eventualmente se encuentran los diferentes indicadores.

Tabla No. 36

Matriz: Instrumento para la valoración metodológica

| | | | |
|---|---------------------|------------|--------------------------|
| Porcentaje General | 0% | 50% | 100% |
| Estado en el que se encuentra un indicador | No se ha hecho nada | En proceso | Se aplica normativamente |

4.2.1. Resultados de la evaluación de indicadores

A continuación se presentan los resultados tabulados, del instrumento de evaluación que cuenta con 31 indicadores, con las opiniones de todos los participantes.

Los gráficos expresan el porcentaje de acuerdo a los rangos de cumplimiento establecidos.

Valores, transparencia y gobierno corporativo

Tabla No. 37

Compromisos éticos

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---------------------------|---|--------|----------|---|---|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Compromisos Éticos | 1 | | | 1.1. Tiene explícita su misión y visión | 1.1. Tiene explícita su misión y visión | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|--|----|--|--|---|---|---|--|--|---|---|
| | 2 | | 1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial. | 1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial. | 1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial. | 1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial. | | | | 1 |
| | 3 | | 1.3. En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa | | | | | | 1 | |
| | 4 | | 1.4. En la redacción de la misión y visión se hacen consultas externas a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.). | | | | | | | 1 |
| | 5 | | 1.5. La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente. | | | | | | 1 | |
| | 6 | | 1.6. La empresa dispone de códigos de ética ó conducta formales. | | | | 1.6. La empresa dispone de códigos de ética ó conducta formales. | | | 1 |
| | 7 | | | 1.7. Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de materiales institucionales, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus grupos de interés | | 1.7. Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de materiales institucionales, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus grupos de interés | | | | 1 |
| | 8 | | 1.8. La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa | 1.8. La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa | | | | | | 1 |
| | 9 | | 1.9. Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y socios minoritarios. | 1.9. Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y socios minoritarios. | | | | | | 1 |
| | 10 | | 1.10. Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad) para obtención de ventajas comerciales. | | | | 1.10. Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad) para obtención de ventajas comerciales. | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|------------------|---|-----------------------------------|---|--|-------------------------------|--|---|---|
| | | | 1.11. Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos; | | 1.11. Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos; | 1.11. Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos; | | | | 1 |
| | | | 1.12. Cobro de comisiones indebidas ó coimas | | | | | | | 1 |
| | | | 1.13. Reglas explícitas en las relaciones con funcionarios públicos; | | | 1.13. Reglas explícitas en las relaciones con funcionarios públicos; | | | 1 | |
| | | | 1.14. Conflicto de intereses; | | | | 1.14. Conflicto de intereses; | | | 1 |
| | | 1.15. Donaciones | | 1.15. Donaciones | | | | | | 1 |
| | | | | | | 1.16. Prevención y tratamiento de fraudes | | | | 1 |
| | | | | 1.17. Relaciones con la comunidad | | | | | | 1 |
| | 1.18. Nepotismo | 1.18. Nepotismo | 1.18. Nepotismo | | | | | | | 1 |
| | | | | | 1.19. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente. | | | | | 1 |
| | | | | | 1.20. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente. | | | | | 1 |
| | | | 1.21. Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados. | | | | | | | 1 |
| | | | | | 1.22. Vincula expresamente la actuación de los asesores jurídicos y contables al código de ética/declaración de principios. | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----|-----|-----|
| | 23 | | | 1.23. Además de cumplir todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente. | 1.23. Además de cumplir todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente. | | | | | | | 1 | |
| | | | | 23 INDICADORES | | | | | | | | | 0 |
| | | | | | | | | | | | 0% | 13% | 87% |

Gráfico No. 35
Compromisos éticos

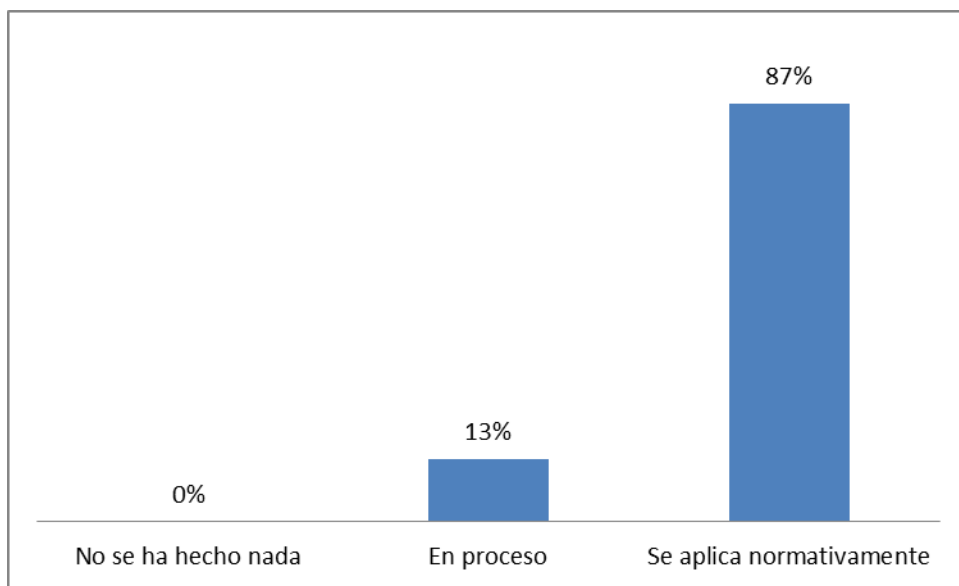


Tabla No. 38
Arraigo en la cultura organizativa

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--------------------|----|--------|----------|----------------|---------------------------------------|----------------------|---------|---------------------------|----|-----|------|
| | | | | | | | | | | | |
| Compromisos Éticos | 24 | | | | 2.1. El código de ética o conducta es | | | 2.1. El código de ética o | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|---|--|--|--|---|----|----|------|
| | | | | entregado a todos los colaboradores de la empresa y los mismos han firmado acuse de recibo. | | | conducta es entregado a todos los colaboradores de la empresa y los mismos han firmado acuse de recibo. | | | |
| 25 | 2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares. | 2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares. | 2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares. | 2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares. | | | | | | 1 |
| 26 | | | | 2.3. Los empleados de la empresa demuestran familiaridad con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente. | | | | | | 1 |
| 27 | | | 2.4. La empresa tiene una estructura organizacional con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores. | | | | 2.4. La empresa tiene una estructura organizacional con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores. | | | 1 |
| 28 | | | 2.5. La empresa difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente. | | | | | | | 1 |
| 29 | | | | 2.6. Se aplican criterios éticos en las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal. | | | | | | 1 |
| 6 INDICADORES | | | | | | | | 0 | 0 | 6 |
| | | | | | | | | 0% | 0% | 100% |

Gráfico No. 36

Arraigo en la cultura organizativa

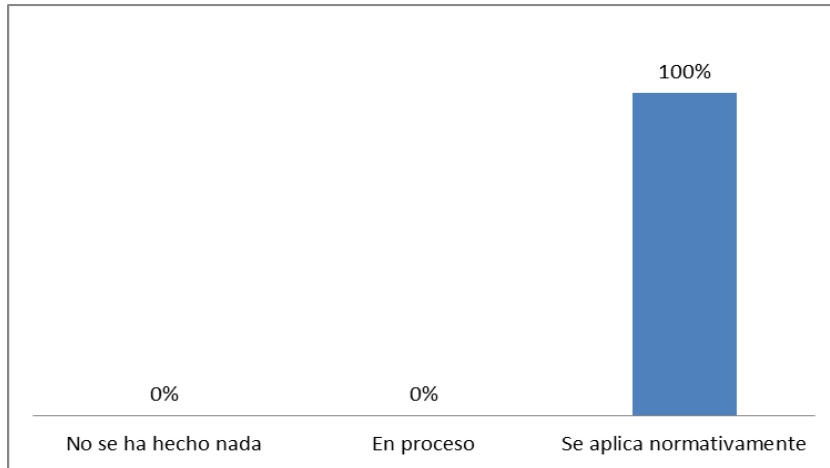


Tabla No. 39

Gobierno corporativo

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|----------------------|----|--------|----------|--|--|--|---------|--|----|-----|------|
| Gobierno Corporativo | 30 | | | 3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes. | 3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes. | 3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes. | | | | | 1 |
| | 31 | | | 3.2. Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/ evitar abusos de poder de sus integrantes; fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; evitar el soborno y otras prácticas de corrupción; la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones | | | | 3.2. Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/ evitar abusos de poder de sus integrantes; fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; evitar el soborno y otras prácticas de corrupción; la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|--|--|--|--|--|---|
| | | | que reportan. | | | | las transacciones que reportan. | | | |
| 32 | | 3.3. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del consejo, lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva). | 3.3. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del consejo, lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva). | | | | | | | 1 |
| 33 | | | | | | | 3.4. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos. | | | 1 |
| 34 | | | 3.5. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones. | | | | | | | 1 |
| 35 | | | | 3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo | | | | | | 1 |
| 36 | | 3.7. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/ o en apoyo a las Metas del Milenio | 3.7. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/ o en apoyo a las Metas del Milenio | | 3.7. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/ o en apoyo a las Metas del Milenio | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------|----|--|---|---|--|--|---|----|----|-----|--|
| 37 | | | 3.8. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sostenible. | | | | | | | | |
| | 38 | | 3.9. Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente. | | | | 3.9. Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente. | | | | |
| | 39 | | 3.10. Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa | 3.10. Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa | | | | | 1 | | |
| | 40 | | 3.11. Existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.) | | | | | | | | |
| 11 INDICADORES | | | | | | | | 0 | 1 | 10 | |
| | | | | | | | | 0% | 9% | 91% | |

Gráfico No. 37

Gobierno corporativo

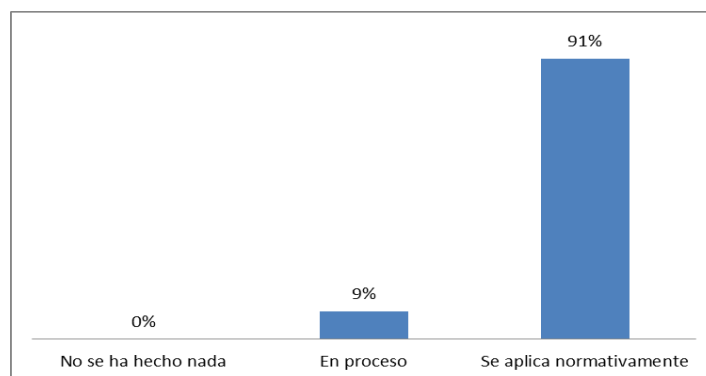


Tabla No. 40

Relaciones con la competencia

| | | | | | | |
|--------|----------|----------------|-----------|--------------|---------|---------------|
| SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE | RENDICIÓN DE | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE |
|--------|----------|----------------|-----------|--------------|---------|---------------|

| | | | | INTERÉS | CUENTAS | | CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|-------------------------------|----|---|---|--|--|--|---|----|-----|------|
| Relaciones con la Competencia | 41 | | 4.1. Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | | 4.1. Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 1 |
| | 42 | | | | 4.2. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual etc.). | 4.2. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual etc.). | | | 1 | |
| | 43 | 4.3. Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios. | 4.3. Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios. | | | 4.3. Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios. | | | 1 | |
| | 44 | | 4.4. La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la empresa. | | | | | | | 1 |
| | 45 | | 4.5. Participa, conjuntamente con su competencia, en programas de beneficio cívico, social y comunitario | 4.5. Participa, conjuntamente con su competencia, en programas de beneficio cívico, social y comunitario | | | | | | 1 |
| | 46 | | 4.6. Establece mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector. | | | | | | | 1 |
| | 47 | | 4.7. Cuenta con estudios comparativos de sus prácticas laborales, respecto a sus competidores. | | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------|----|-------------------------|--|--|--|----------------------------------|------------|-----------|------------|
| 48 | | | 4.8. Piratería | | | 4.8. Piratería | 1 | | |
| | 49 | 4.9. Evasión fiscal | 4.9. Evasión fiscal | | | | 1 | | |
| | 50 | 4.10. Lavado de activos | 4.10. Lavado de activos | 4.10. Lavado de activos | | | | | 1 |
| | 51 | | 4.11. Adulteración de productos o marcas | | | | | | 1 |
| | 52 | | 4.12. Falsificación de productos | | | 4.12. Falsificación de productos | | | 1 |
| | 53 | | 4.13. Se ha cumplido con los organismos de defensa al consumidor en relación a prácticas de competencia desleal (3 últimos años) | 4.13. Se ha cumplido con los organismos de defensa al consumidor en relación a prácticas de competencia desleal (3 últimos años) | | | | 1 | |
| 13 INDICADORES | | | | | | | 2 | 1 | 10 |
| | | | | | | | 15% | 8% | 77% |

Gráfico No. 38

Relaciones con la competencia

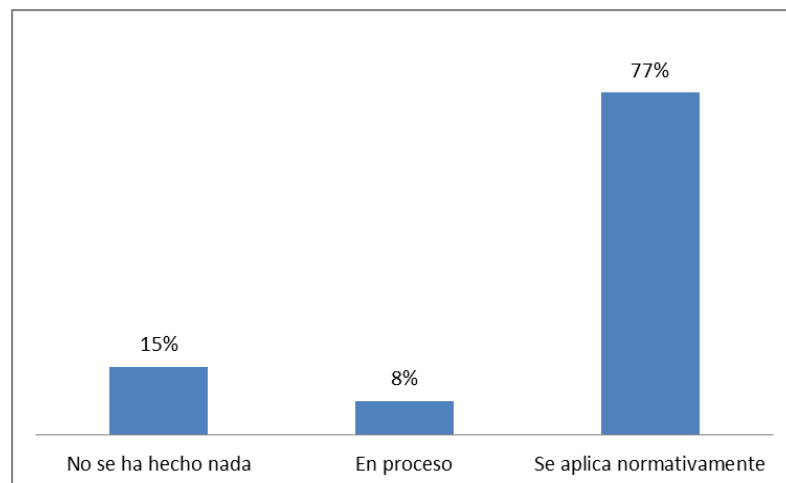


Tabla No. 41

Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders)

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|----|---|----------|----------------|-------------------|----------------------|---------|--------------------------|-----------|------------|------------|
| Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders) | 54 | 5.1. Se comunica con grupos o partes interesadas que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios. | | | | | | | | | 1 |
| | 55 | 5.2. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas. | | | | | | | | | 1 |
| | 56 | 5.3. En su proceso de diálogo e involucramiento de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones. | | | | | | | | 1 | |
| | 57 | 5.4. Tiene política para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas. | | | | | | | | | 1 |
| | 58 | 5.5. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general. | | | | | | | | | 1 |
| | 59 | 5.6. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la empresa. | | | | | | | | | 1 |
| | 60 | 5.7. Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma AA1000 o similar. | | | | | | | | | 1 |
| 7 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 1 | 6 |
| | | | | | | | | | 0% | 14% | 86% |

Gráfico No. 39

Diálogo e involucramiento de las partes interesadas (Stakeholders)

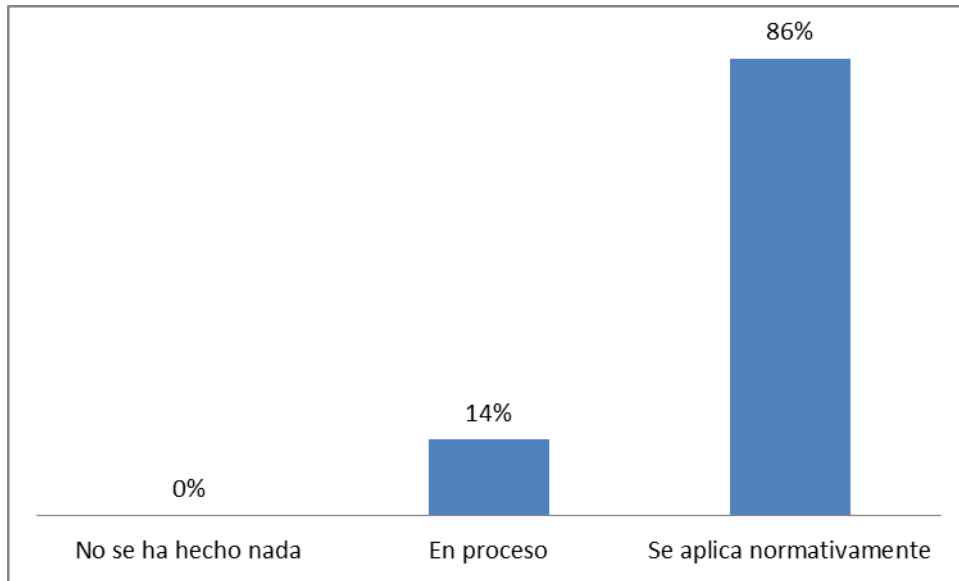


Tabla No. 42

Balance social/memorias de RSE/ Reporte de sostenibilidad

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---|----|--------|----------|----------------|--|---|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Balance Social/Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad | 61 | | | | | 6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros. | | | | | 1 |
| | 62 | | | | | 6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros. | | | | | 1 |
| | 63 | | | | 6.3. En el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: comunidad, público | | | | | | 1 |

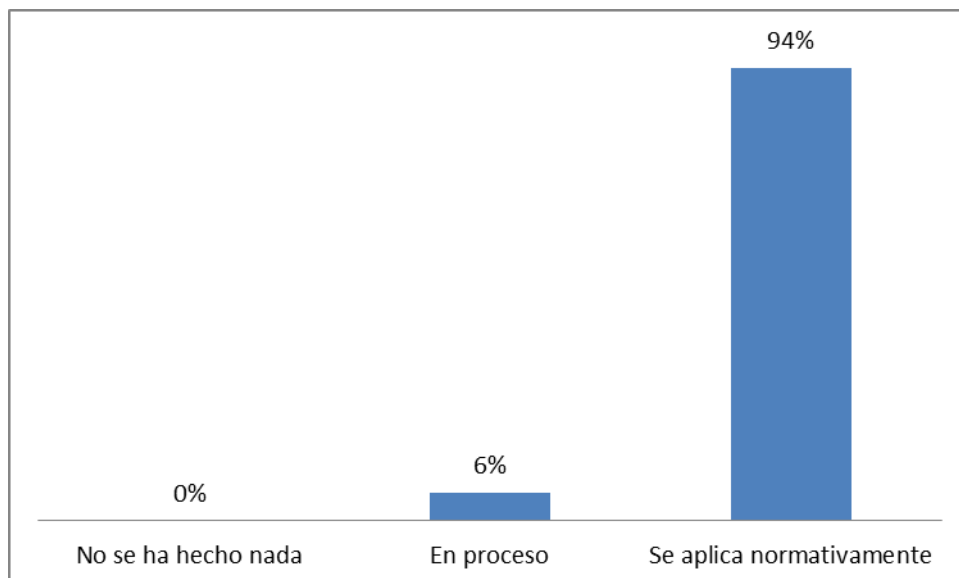
| | | | | | | | | | | |
|----|--|--|--|---|--|--|--|--|---|---|
| | | | | interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.). | | | | | | |
| 64 | | | | 6.4. La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés. | 6.4. La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés. | | | | | 1 |
| 65 | | | | 6.5. El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes grupos de interés: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general. | | | | | | 1 |
| 66 | | | | | 6.6. La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet. | 6.6. La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet. | | | | 1 |
| 67 | | | 6.7. Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa. | | | | | | | 1 |
| 68 | | | 6.8. Inclusión; | | | | | | | 1 |
| 69 | | | | 6.9. Relevancia y Materialidad; | | | | | 1 | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--|--|-----------------------|--|----------------------|--|--|--|----|----|-----|--|
| 70 | | | | | 6.10. Transparencia; | | | | | | | |
| 71 | | | 6.11. Alcance | | | | | | | | | |
| 72 | | | 6.12. Equilibrio; | | | | | | | | | |
| 73 | | | 6.13. Comparabilidad; | | | | | | | | | |
| 74 | | | 6.14. Exactitud; | | | | | | | | | |
| 75 | | | 6.15. Periodicidad; | | | | | | | | | |
| 76 | | | 6.16. Claridad; | | | | | | | | | |
| 77 | | | 6.17. Verificabilidad | | | | | | | | | |
| 17 INDICADORES | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | 0 | 1 | 16 | |
| | | | | | | | | | 0% | 6% | 94% | |

Gobierno y Sociedad

Gráfico No. 40

Balance social/memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad



Público interno

Tabla No. 43

Gestión participativa.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|------------------------|----|--------|----------|---|---|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Gestión Participativa. | 78 | | | | 7.1. Todos los integrantes de comisiones/asociaciones de trabajadores son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa. | | | | | | 1 |
| | 79 | | | 7.2. La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos. | | | | | | | 1 |
| | 80 | | | 7.3. La empresa posee un programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos. | 7.3. La empresa posee un programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos. | | | | | 1 | |
| 3 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 1 | 2 |
| | | | | | | | | | 0% | 33% | 67% |

Gráfico No. 41

Gestión participativa.

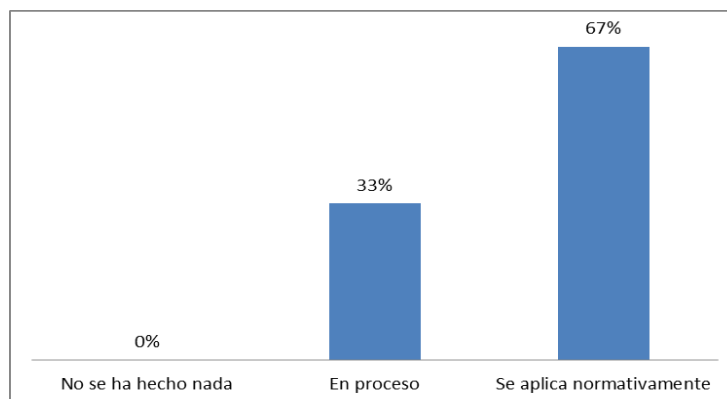


Tabla No. 44

Compromiso con el futuro de los niños.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|----|--------|---|---|---|----------------------|---------|--------------------------|-----|-----|------|
| Compromiso con el Futuro de los Niños. | 81 | | 8.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general). | 8.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general). | 8.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general). | | | | 1 | | |
| | 82 | | 8.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices. | 8.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices. | 8.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices. | | | | | 1 | |
| | 83 | | | 8.3. Considerando su papel social respecto a los aprendices, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación. | 8.3. Considerando su papel social respecto a los aprendices, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación. | | | | | | 1 |
| | 84 | | | 8.4. Al concluir el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones aliadas. | 8.4. Al concluir el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones aliadas. | | | | | | 1 |
| 4 INDICADORES | | | | | | | | | 1 | 1 | 2 |
| | | | | | | | | | 25% | 25% | 50% |

Gráfico No. 42

Compromiso con el futuro de los niños.

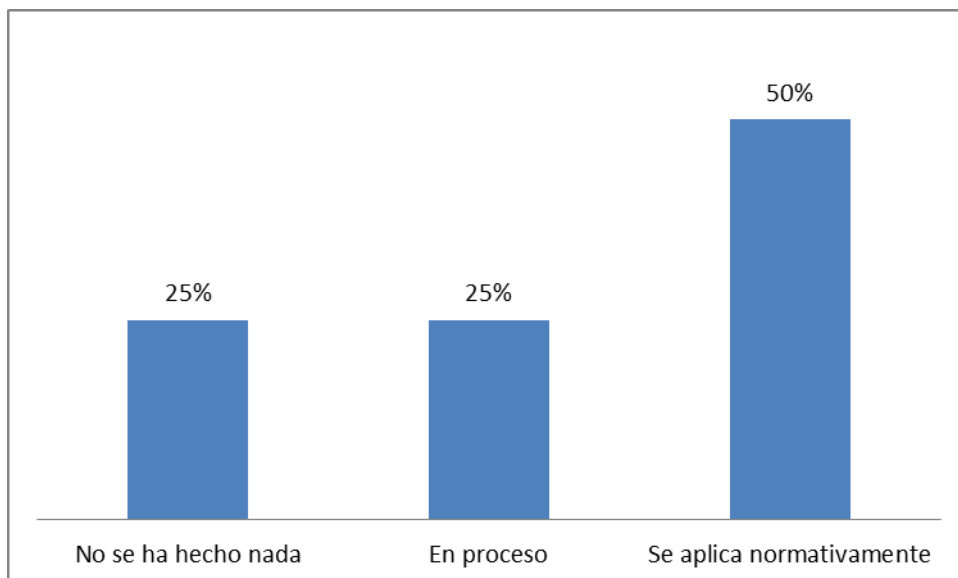


Tabla No. 45

Valoración de la diversidad.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|------------------------------|----|--------|----------|---|-------------------|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Valoración de la Diversidad. | 85 | | | 9.1. La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | | | | | 1 |
| | 86 | | | 9.2. la cuestión étnico-racial; | | | | | | | 1 |
| | 87 | | | 9.3. la cuestión de género; | | | | | | | 1 |
| | 88 | | | 9.4. la cuestión de edad; | | | | | | | 1 |
| | 89 | | | 9.5. la cuestión religiosa; | | | | | | | 1 |
| | 90 | | | 9.6. la cuestión de la orientación sexual; | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|--|--|--|---|--|---|---|
| 91 | | | 9.7. la cuestión del origen geográfico; | | | | | | | 1 |
| 92 | | | 9.8. la cuestión de la clase social; | | | | | | | 1 |
| 93 | | | 10.9. la cuestión de las personas con discapacidad; | | | | | | | 1 |
| 94 | | | 9.10. la cuestión de la apariencia física. | | | | | | | 1 |
| 95 | | | 9.11. En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades respecto a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones. | | | | | | | 1 |
| 96 | | 9.12. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido. | 9.12. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido. | | | | | | | 1 |
| 97 | | | 9.13. En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación. | | | | 9.13. En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación. | | 1 | |
| 98 | | | 9.14. La empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple | 9.14. La empresa posee programa específico de contratación de personas con | | | | | 1 | |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público. | discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público. | | | | | | |
| 99 | | | 9.15. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad. | | | | | | | 1 |
| 100 | | | 9.16. La empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones vigentes | | | | | | | 1 |
| 101 | | | 9.17. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años. | 9.17. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años. | | | | | | 1 |
| 102 | | | 9.18. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados. | 9.18. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados. | | | | | | 1 |
| 103 | | | 9.19. La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años. | 9.19. La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años. | | | | | | 1 |
| 104 | | | 9.20. De la política de valoración de la diversidad y de no | 9.20. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan políticas | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------|--|--|---|---|--|--|--|----|----|-----|
| | | | discriminación resultan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas. | específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas. | | | | | | |
| 20 INDICADORES | | | | | | | | 1 | 1 | 18 |
| | | | | | | | | 5% | 5% | 90% |

Gráfico No. 43

Valoración de la diversidad.

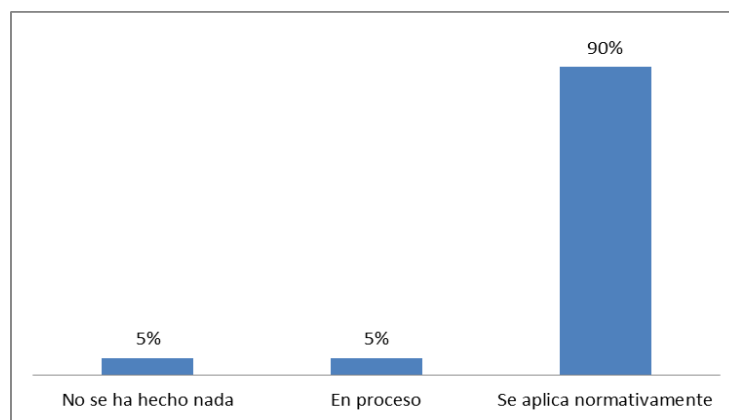


Tabla No. 46

Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---|-----|--------|----------|---|---|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Compromiso con la no discriminación y Promoción de la Equidad Racial. | 105 | | | 10.1. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | 10.1. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | | | | 1 |
| | 106 | | | 10.2. De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para | | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|---|---|--|--|--|----|-----|-----|
| | | | mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales. | | | | | | | |
| 107 | | | 10.3. La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial. | 10.3. La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial. | | | | 1 | | |
| 108 | | | 10.4. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales. | 10.4. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales. | | | | 1 | | |
| 4 INDICADORES | | | | | | | | 0 | 1 | 3 |
| | | | | | | | | 0% | 25% | 75% |

Gráfico No. 44

Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

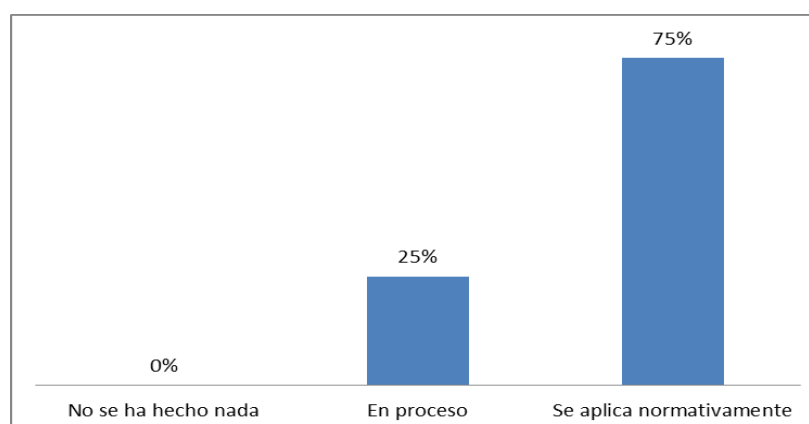


Tabla No. 47

Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|--|--|----------------------|---------|--|----|-----|------|
| Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género. | 109 | | | | 11.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 11.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 1 |
| | 110 | | | 11.2. De ésta política de valorización de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres. | 11.2. De ésta política de valorización de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres. | | | | | | 1 |
| | 111 | | | 11.3. Posee políticas que prohíban expresamente la contratación, desvinculación o la promoción basadas en el estado civil o condición reproductiva. | 11.3. Posee políticas que prohíban expresamente la contratación, desvinculación o la promoción basadas en el estado civil o condición reproductiva. | | | | | | 1 |
| | 112 | | | 11.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios. | 11.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios. | | | | | | 1 |
| | 113 | | | 11.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la | 11.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros | | | | | 1 | |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | importancia de la valoración de la mujer. | puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer. | | | | | | |
| 114 | | | 11.6. El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para la prevención y cuidados de salud de la mujer. | 11.6. El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para la prevención y cuidados de salud de la mujer. | | | | | | 1 |
| 115 | | | 11.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para la promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas. | 11.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para la promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas. | | | | | | 1 |
| 116 | | | 11.8. La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisórios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa. | 11.8. La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisórios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa. | | | | | | 1 |
| 117 | | | 11.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres. | 11.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres. | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|---|--|---|
| 118 | | | 11.10. La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral. | 11.10. La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral. | | | | | | 1 |
| 119 | | | 11.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa. | 11.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa. | | | | 1 | | |
| 120 | | | 11.12. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar la Gráfico femenina estereotipada, que atente contra la dignidad de las mujeres. | 11.12. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar la Gráfico femenina estereotipada, que atente contra la dignidad de las mujeres. | | | | | | 1 |
| 121 | | | 11.13. La política prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas. | 11.13. La política prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas. | | | | | | 1 |
| 122 | | | 11.14. La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo. | 11.14. La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo. | | | | | | 1 |
| 123 | | | 11.15. La empresa promueve campañas de | 11.15. La empresa | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|--|--|---|--|--|--|--|----|----|-----|
| | | | sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable. | promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable. | | | | | | | |
| 15 INDICADORES | | | | | | | | | 1 | 1 | 13 |
| | | | | | | | | | 7% | 7% | 87% |

Gráfico No. 45

Compromiso con la promoción de la equidad de género.

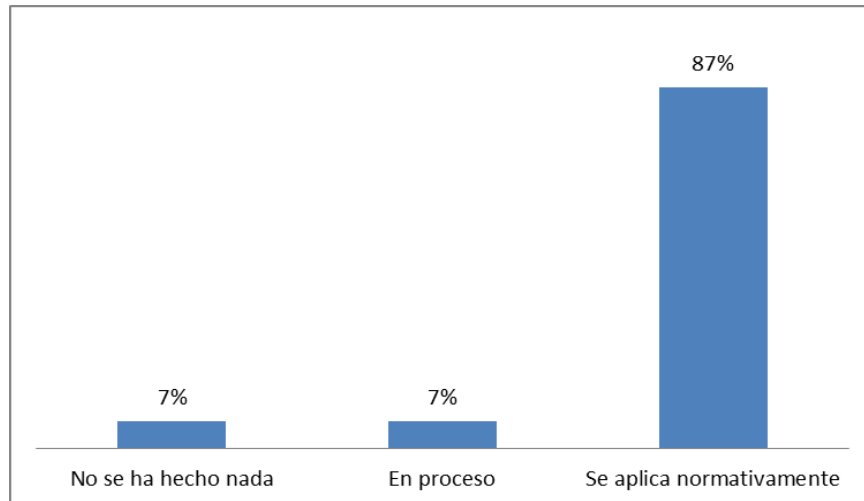


Tabla No. 48

Política de remuneración, beneficios y carrera.

| | | | | | | |
|--------|----------|----------------|-----------|--------------|---------|---------------|
| SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE | RENDICIÓN DE | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE |
|--------|----------|----------------|-----------|--------------|---------|---------------|

| | | | | INTERÉS | CUENTAS | | CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---|-----|--|--|--|---------|--|---|----|-----|------|
| Política de Remuneración, Beneficios y Carrera. | 124 | | 12.1. El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en su código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa | | | | | | | 1 |
| | 125 | | 12.2. Cumple con las normas y procedimientos legales previstos en El Código Laboral | | | | | | | 1 |
| | 126 | 12.3. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones | 12.3. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones | | | | | | | 1 |
| | 127 | | 12.4. Efectuó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente. | | | | | | | 1 |
| | 128 | | | 12.5. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y beneficios. | | | | 1 | | |
| | 129 | | 12.6. Tiene un componente de participación en los resultados | | | | | | 1 | |
| | 130 | | 12.7. Cuenta con un manual de cargos y salarios | | | | 12.7. Cuenta con un manual de cargos y salarios | | | 1 |

Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|--|-------------------|--|--|--|----|-----|------|
| Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales. | 135 | | | | | 13.1. Fue certificada por las normas SA8000 , BS 8800 , OHSAS 18001 o por norma equivalente. | 13.1. Fue certificada por las normas SA8000 , BS 8800 , OHSAS 18001 o por norma equivalente. | | | | 1 |
| | 136 | | | 13.2. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y alcohol. | | | | | 1 | | |
| | 137 | | | 13.3. Ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA. | | | | | 1 | | |
| | 138 | | | 13.4. Posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos. | | | | | | | 1 |
| | 139 | | | 13.5. Esa política prevé la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA. | | | | | 1 | | |
| | 140 | | | | | | | 13.6. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos. | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|--|-----|--|---|---|--|---|---|---|---|---|
| | 141 | | | | | | 13.7. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos. | | | 1 |
| | 142 | | 13.8. Promueve ejercicios físicos en el horario laboral. | 13.8. Promueve ejercicios físicos en el horario laboral. | | | | 1 | | |
| | 143 | | 14.9. Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.) | | | | | 1 | | |
| | 144 | | 13.10. Posee programa de orientación alimentaria y nutricional. | 13.10. Posee programa de orientación alimentaria y nutricional. | | | | 1 | | |
| | 145 | | 13.11. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras. | 13.11. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras. | | 13.11. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras. | | 1 | | |
| | 146 | | 13.12. Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos. | | | 13.12. Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos. | | 1 | | |
| | 147 | | 13.13. Capacita anualmente en salud y seguridad. | | | | | | 1 | |
| | 148 | | 13.14. Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares. | 13.14. Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares. | | | | | | 1 |

| | | | | | | | |
|-----|--|---|---|---|----------------|----|-----|
| 149 | 13.15. En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad. | 8 | 1 | 6 | | | |
| | | | | | 53% | 7% | 40% |
| | | | | | 15 INDICADORES | | |

Gráfico No. 47

Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales.

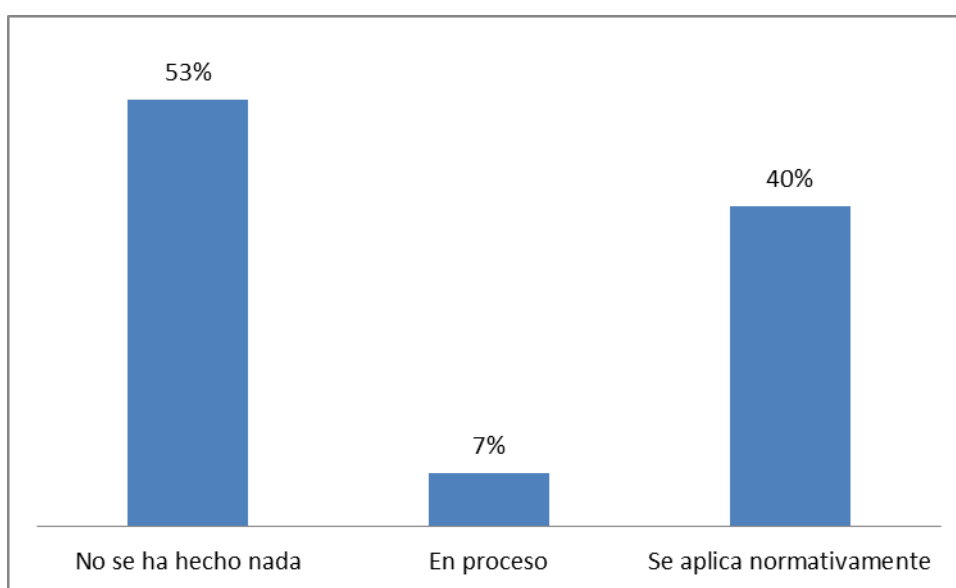


Tabla No. 50

Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|---|-------------------|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad. | 150 | | | 14.1. Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para ajustar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional. | | | | | 1 | 1 | 1 |
| | 151 | | | 14.2. Mantiene un | 14.2. Mantiene un | | | | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|---|---|--|--|---|--|--|---|
| | | | programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos. | programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos. | | | | | | |
| 152 | | | 14.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas. | 14.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas. | | | | | | 1 |
| 153 | | | 14.4. Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados. | 14.4. Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados. | | | | | | 1 |
| 154 | | | 14.5. Posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo. | | | | 1 | | | |
| 155 | | | 14.6. Prevé espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos | 14.6. Prevé espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos | | | | | | 1 |
| 156 | | | 14.7. Considerando su papel social respecto a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento. | 14.7. Considerando su papel social respecto a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento. | | | | | | 1 |
| 157 | | | 14.8. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, trata de emplearlo(s) en la propia empresa y | 14.8. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, trata de emplearlo(s) en la propia empresa y | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----|--|--|--|--|--|--|--|------------|-----------|------------|
| | | | | en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas. | en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas. | | | | | | |
| | 158 | | | 14.9. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados. | | | | | | | 1 |
| 9 INDICADORES | | | | | | | | | 2 | 0 | 7 |
| | | | | | | | | | 22% | 0% | 78% |

Gráfico No. 48

Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.

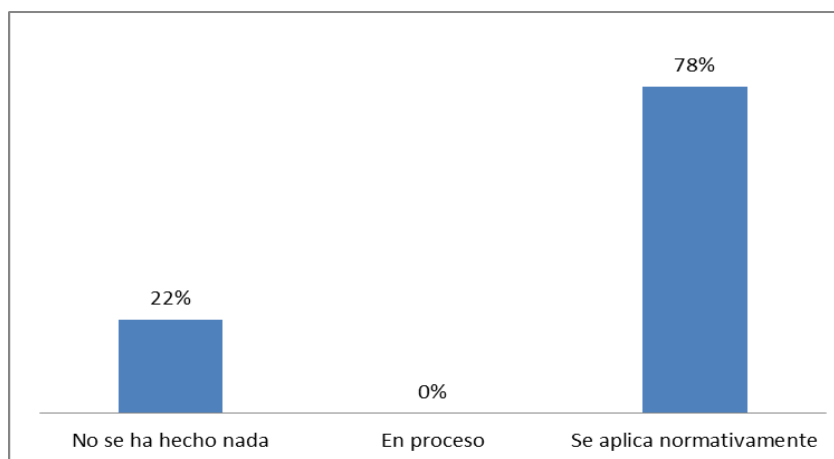


Tabla No. 51

Comportamiento en los despidos.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---------------------------------|-----|--------|----------|---|---|----------------------|---|--------------------------|----|-----|------|
| Comportamiento en los Despidos. | 159 | | | 15.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para minimización y mejoría de ese indicador. | 15.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para minimización y mejoría de ese indicador. | | 15.1. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para minimización y mejoría de ese indicador. | | | | 1 |
| | 160 | | | 15.2. Busca establecer un diálogo | 15.2. Busca | | | | 1 | | |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|---|---|--|--|--|------------|-----------|------------|
| | | | estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos u otras asociaciones de empleados para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal. | establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos u otras asociaciones de empleados para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal. | | | | | | |
| 161 | | | 15.3. Busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedurismo. | 15.3. Busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedurismo. | | | | 1 | | |
| 162 | | | 15.4. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron las decisiones tomadas. | 15.4. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron las decisiones tomadas. | | | | | | 1 |
| 163 | | | 15.5. La situación socioeconómica del empleado es considerada al momento de su despido. | 15.5. La situación socioeconómica del empleado es considerada al momento de su despido. | | | | | | 1 |
| 5 INDICADORES | | | | | | | | 2 | 0 | 3 |
| | | | | | | | | 40% | 0% | 60% |

Gráfico No. 49

Comportamiento en los despidos.

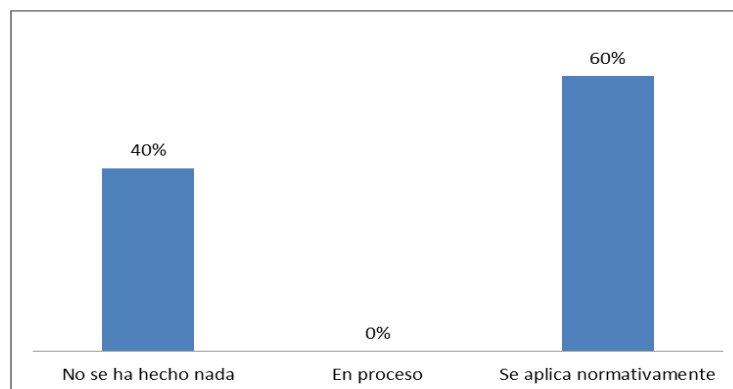


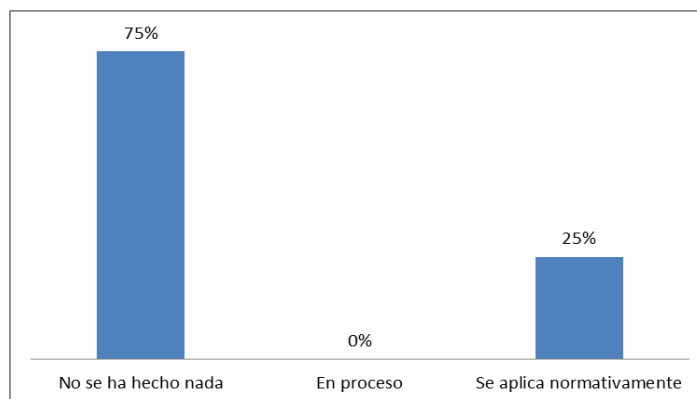
Tabla No. 52

Preparación para la jubilación.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|---------------------------------|-----|--------|----------|--|--|----------------------|---------|--------------------------|------------|-----------|------------|
| Preparación para la Jubilación. | 164 | | | 16.1. Ofrece un programa de seguridad social complementario a lo que establece la ley, a todos sus empleados. | 16.1. Ofrece un programa de seguridad social complementario a lo que establece la ley, a todos sus empleados. | | | | 1 | | |
| | 165 | | | | 16.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación. | | | | 1 | | |
| | 166 | | | 16.3. Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad. | 16.3. Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad. | | | | 1 | | |
| | 167 | | | 16.4. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de las personas de la tercera edad. | 16.4. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de las personas de la tercera edad. | | | | | | 1 |
| 4 INDICADORES | | | | | | | | | 3 | 0 | 1 |
| | | | | | | | | | 75% | 0% | 25% |

Gráfico No. 50

Preparación para la jubilación.



Socios y clientes

Tabla No. 53

Política de comunicación comercial.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|---|---|----------------------|---------|---|----|-----|------|
| PRIMER PRINCIPIO: Política de Comunicación Comercial. | 168 | | | 21.1. La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | | 21.1. La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 1 |
| | 169 | | | 21.2. Actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) | 21.2. Actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) | | | | | | 1 |
| | 170 | | | 21.3. Llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (plazos, precio etc.). | 21.3. Llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (plazos, precio etc.). | | | | | | 1 |
| | 171 | | | | 21.4. Tiene una política formal contra la publicidad que coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo. | | | 21.4. Tiene una política formal contra la publicidad que coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo. | 1 | | |
| | 172 | | | 21.5. Realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios. | | | | 21.5. Realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios. | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----|-----|--|---|---|--|---|---|----|-----|
| 173 | | | | 21.6. Posee políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infanto juvenil sea responsable. | | | 21.6. Posee políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infanto juvenil sea responsable. | | | 1 |
| | 174 | | | 21.7. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infanto juvenil. | | | 21.7. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infanto juvenil. | | | 1 |
| | | 175 | | | 21.8. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. | | | 21.8. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. | | |
| 8 INDICADORES | | | | | | | | 1 | 0 | 7 |
| | | | | | | | | 13% | 0% | 88% |

Gráfico No. 51

Política de comunicación comercial.

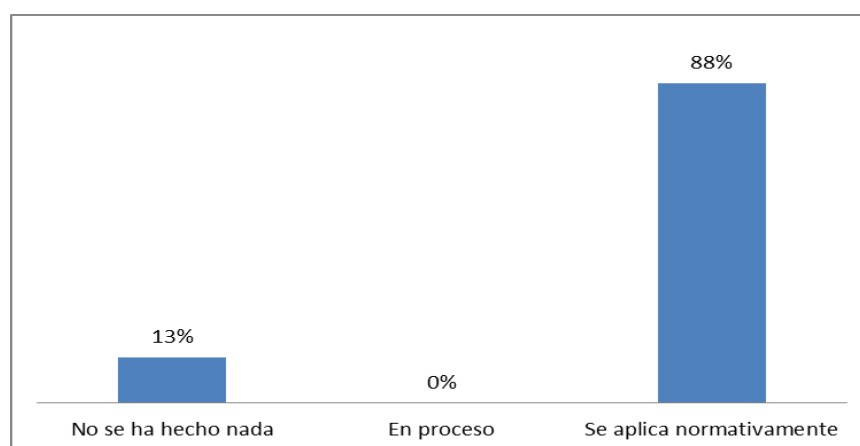


Tabla No. 54

Excelencia en la atención.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|----------------------------|-----|--------|----------|----------------|--|----------------------|---------|--|----|-----|------|
| Excelencia en la Atención. | 176 | | | | 22.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 22.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa. | | | 1 |
| | 177 | | | | 22.2. Tiene un defensor del consumidor o función similar. | | | | | | 1 |
| | 178 | | | | 22.3. Ofrece Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios. | | | 22.3. Ofrece Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios. | | | 1 |
| | 179 | | | | 22.4. Promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor. | | | 22.4. Promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor. | | | 1 |
| | 180 | | | | 22.5. Entrena e incentiva a sus profesionales de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas. | | | 22.5. Entrena e incentiva a sus profesionales de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas. | | | 1 |

| | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|---|--|---|--|--|---|
| 181 | | | | 22.6. Advierte continuamente a sus profesionales de atención al cliente y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios. | | 22.6. Advierte continuamente a sus profesionales de atención al cliente y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios. | | | 1 |
| 182 | | | | 22.7. Evalúa el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y esto se utiliza en los procesos de toma de decisión de la empresa. | | | | | 1 |
| 183 | | | | 22.8. Al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente. | | | | | 1 |
| 184 | | | | | | 22.9. Tiene política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios. | | | 1 |
| 185 | | | | | | 28.10. Posee una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario. | | | 1 |
| 186 | | | | 22.11. Informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerlas. | | 22.11. Informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerlas. | | | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|---|---|---|--|-----------|-----------|-------------|
| 187 | | | | 22.12. Solicita al cliente sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias. | | | | | | 1 | |
| 188 | | | | | 22.13. Provee informaciones del cliente a terceros sólo mediante su autorización. | 22.13. Provee informaciones del cliente a terceros sólo mediante su autorización. | 22.13. Provee informaciones del cliente a terceros sólo mediante su autorización. | | | 1 | |
| 189 | | | | | | | 22.14. Posee una política que le permite al cliente o usuario, incluir, alterar y excluir datos del banco de información de la empresa. | | | 1 | |
| 190 | | | | 22.15. Implementa un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes. | | | | | | 1 | |
| 191 | | | | 22.16. Comparte con sus colaboradores empresa la opinión de sus clientes. | | | | | | 1 | |
| 192 | | | | | 22.17. La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones. | | | | | 1 | |
| 17 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 0 | 17 |
| | | | | | | | | | 0% | 0% | 100% |

Gráfico No. 52

Excelencia en la atención.

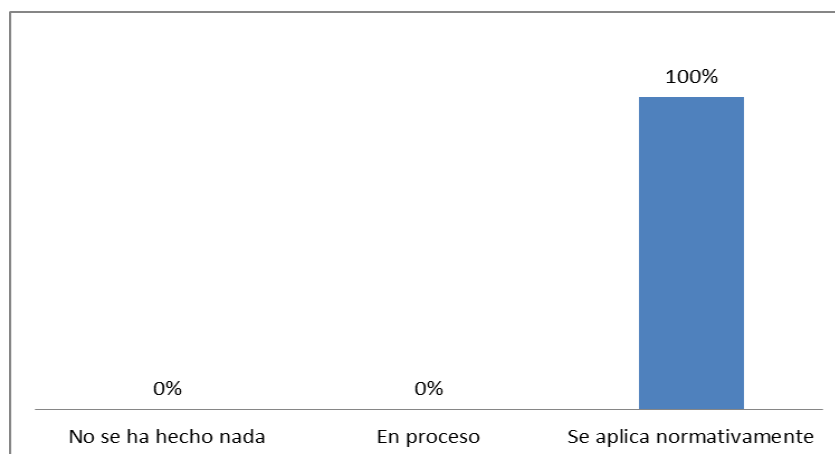


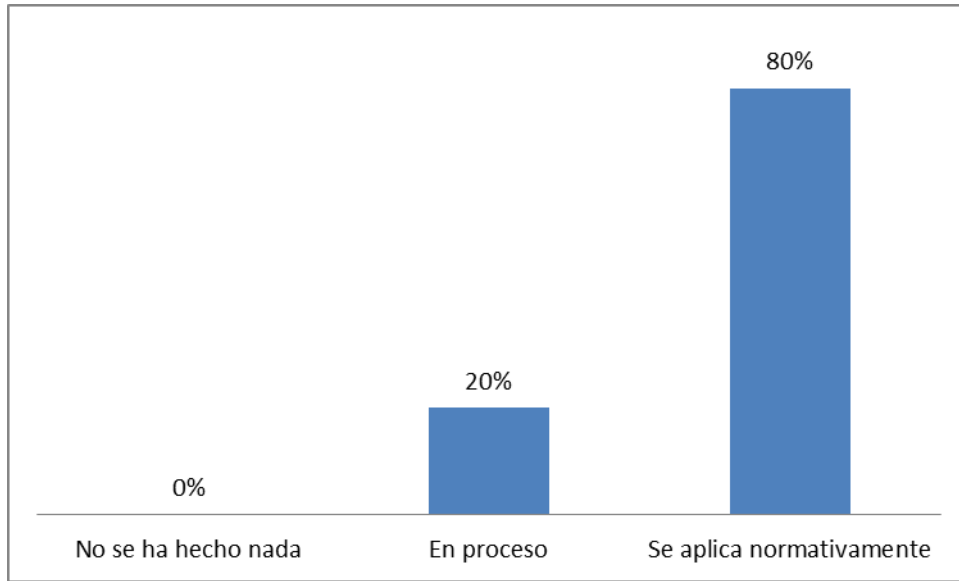
Tabla No. 55

Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|----------------|---|----------------------|--|---|----|-----|------|
| Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios. | 193 | | | | 23.1. Mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del cliente sobre sus productos y servicios. | | | | | | 1 |
| | 194 | | | | | | | 23.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis. | | 1 | |
| | 195 | | | | | | | 23.3. Cumple con los de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente. | | | 1 |
| | 196 | | | | | | | 23.4. Cumple con la moral al no poseer servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Ecuador. | | | 1 |
| | 197 | | | | 23.5. Las especificaciones, tasas y condiciones están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece. | | 23.5. Las especificaciones, tasas y condiciones están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece. | | | | 1 |
| 5 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 1 | 4 |
| | | | | | | | | | 0% | 20% | 80% |

Gráfico No. 53

Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.



Comunidad

Tabla No. 56

Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|----------------|---|----------------------|---------|--|----|-----|------|
| Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios. | 198 | | | | 24.1. Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios. | | | | | | 1 |
| | 199 | | | | | | | 24.2. Posee políticas de relaciones con la comunidad de entorno, contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores. | | | 1 |
| | 200 | | | | 24.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones. | | | | | | 1 |

| | | | | | | | | | | |
|--|-----|--|--|---|--|--|--|---|---|---|
| | 201 | | | 24.4. Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.). | | | | 1 | | |
| | 202 | | | 24.5. Tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas del lugar, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad, en cooperación con sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes. | | | | | | 1 |
| | 203 | | | 24.6. Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente. | | | | | | 1 |
| | 204 | | | 24.7. Concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa. | | | | | | 1 |
| | 205 | | | | 24.8. Posee indicadores para monitorear los impactos | 24.8. Posee indicadores para monitorear los impactos | | | 1 | |

| | | | | | causados por sus actividades en la comunidad de entorno. | causados por sus actividades en la comunidad de entorno. | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|--|--|-----|----|-----|
| 206 | | | | | | | | | | |
| | | | | 24.9. En caso de que actúe en regiones que lindan con comunidades y reservas indígenas, la empresa posee políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones nativas. | | | | | | |
| 9 INDICADORES | | | | | | | | 2 | 0 | 7 |
| | | | | | | | | 22% | 0% | 78% |

Gráfico No. 54

Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

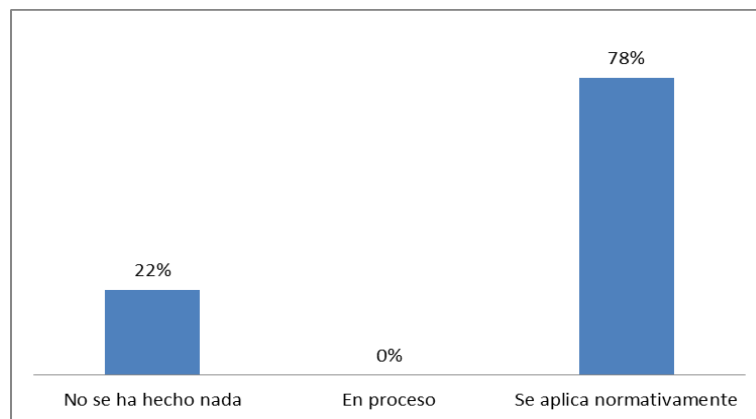


Tabla No. 57

Relaciones con organizaciones locales.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|--|-----|--------|----------|----------------|--|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Relaciones con Organizaciones Locales. | 207 | | | | 25.1. Hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad. | | | | | | 1 |
| | 208 | | | | 25.2. Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público. | | | | | | 1 |
| 2 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 0 | 2 |
| | | | | | | | | | 0% | 0% | 100% |

Gráfico No. 55

Relaciones con organizaciones locales.

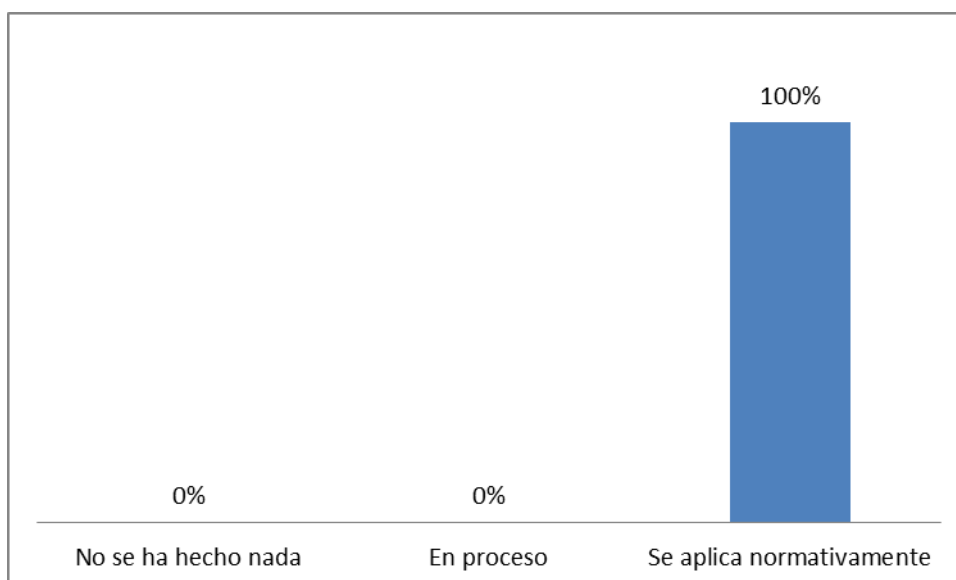


Tabla No. 58

Financiamiento de la acción social.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|-------------------------------------|-----|---|---|---|--|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Financiamiento de la Acción Social. | 209 | | | 26.1. Incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica. | 26.1. Incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica. | | | | | | 1 |
| | 210 | 26.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones. | 26.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones. | 26.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones. | 26.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones. | | | | | | 1 |
| | 211 | | | 26.3. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social. | | | | | | | 1 |
| | 212 | | | 26.4. Planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo | | | | | | | 1 |
| | 213 | | | 26.5. Optimiza el impacto de su acción social fomentando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos. | | | | | | | 1 |
| | 214 | | | | 26.6. Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño. | | | | | | 1 |
| 6 INDICADORES | | | | | | | | | 0 | 0 | 6 |
| | | | | | | | | | 0% | 0% | 100% |

Gráfico No. 56

Financiamiento de la acción social.

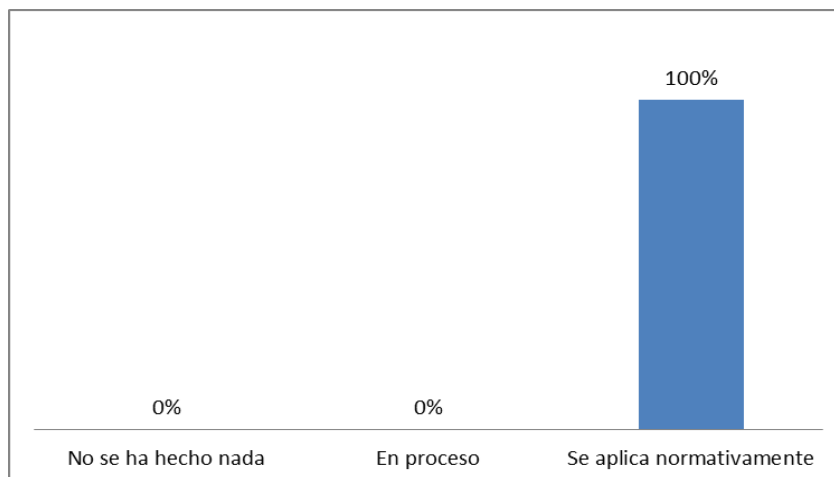


Tabla No. 59

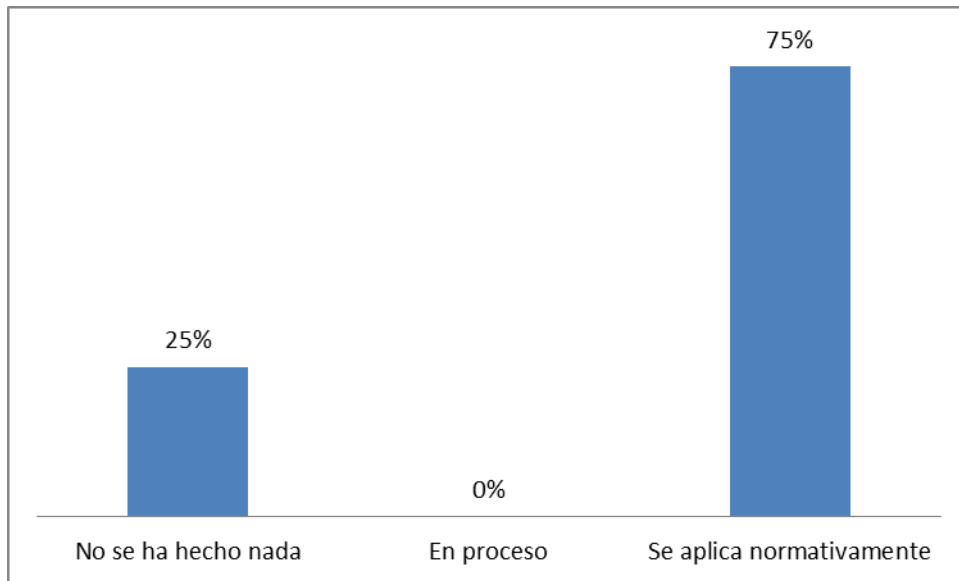
Involucración con la acción social.

| | | SOCIOS | ASAMBLEA | ALTA DIRECCIÓN | GRUPOS DE INTERÉS | RENDICIÓN DE CUENTAS | TRANSP. | RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | 0% | 50% | 100% |
|-------------------------------------|-----|--------|----------|---|--|----------------------|---------|--------------------------|----|-----|------|
| Involucración con la Acción Social. | 215 | | | 27.1. Utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios. | | | | | | | 1 |
| | 216 | | | | 27.2. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados. | | | | | | 1 |
| | 217 | | | | 27.3. Autoriza el uso controlado de horas pagas para el trabajo voluntario de los empleados. | | | | | | 1 |
| | 218 | | | 27.4. Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, | | | | | 1 | | |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|--|------------|-----------|------------|
| | | | incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa. | | | | | | | |
| 219 | | | 27.5. Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los colaboradores. | | | | | | | 1 |
| 220 | | | | 27.6. Posee un programa de voluntariado empresarial. | | | | | | 1 |
| 221 | | | 27.7. Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias. | 27.7. Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias. | | | | | | 1 |
| 222 | | | 27.8. La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario. | 27.8. La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario. | | | | 1 | | |
| 8 INDICADORES | | | | | | | | 2 | 0 | 6 |
| | | | | | | | | 25% | 0% | 75% |

Gráfico No. 57

Involucración con la acción social.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- ❖ Las percepciones de los participantes al llenar las encuestas previas, fueron de que la Responsabilidad Social en la Cooperativa Guaranda Ltda. es buena, sin embargo esto no se ratifica con los resultados obtenidos en la valoración del instrumento de evaluación.
- ❖ Una vez obtenidos los resultados del instrumento de evaluación por parte de cada uno de los grupos participantes, se procedió a realizar una validación en conjunto para consolidar un resultado final de los indicadores. Este proceso mostró algunas diferencias entre los funcionarios y los Directivos que redundan en una debilidad, por ello deberían ser considerados por la administración para fortalecer la Responsabilidad Social en la cooperativa .
- ❖ De los resultados obtenidos en la Cooperativa Guaranda Ltda. se aprecia que no se encuentra entre los rangos de los indicadores base del instrumento de evaluación, esto es 10% en 0, 20% en 50 y mínimo 70% en 100, en vista de que presenta un 30% con valoración 0, un 19% correspondiente a la valoración 50 y un 51% en el de valor 100; lo que permitiría señalar que la Responsabilidad Social en la Cooperativa Guaranda Ltda. es deficiente.
- ❖ La Cooperativa Guaranda Ltda. se comprometió a realizar el análisis de todos los indicadores con valoración 0% y a implementar las acciones respectivas según sus tiempos, programaciones y presupuestos.
- ❖ Cuando la Cooperativa Guaranda Ltda. determine que sus acciones han mejorado la valoración detallada en este informe, podrá requerir al equipo de trabajo asignado realice una nueva evaluación de indicadores.

RECOMENDACIONES

- ❖ En vista de que la cooperativa no se encuentra involucrada en su totalidad, es necesario que conforme una comisión de responsabilidad social, encargada analizar y evaluar permanentemente, para poder identificar las estrategias que le permitirán solventar los indicadores valorados con 0%, además de hacer el seguimiento al

cumplimiento de las dimensiones para así tener ante la sociedad una Cooperativa Socialmente Responsable.

- ❖ Es importante que se cumpla con todos los parámetros que establece la ley , para poder superar los indicadores evaluados con 0% y mejorar así la situación actual de una Cooperativa Socialmente Responsable.
- ❖ La Cooperativa Guaranda Ltda. deberá incluir en su planificación anual y estratégica la ejecución de las acciones, nacidas de su propia realidad, que le permitan a mediano plazo, mejorar la percepción y valoración inicial de su Cooperativa.
- ❖ Del análisis de los indicadores, la gran mayoría se superaría con reformas estatutarias y reglamentarias, un tema importante a desarrollar es el correspondiente a la formación y capacitación, contenidos en el quinto principio cooperativo; así como también en el campo de la preocupación con la comunidad enfocado en el aspecto de protección al medio ambiente.
- ❖ Una vez concluido el informe, será necesario evaluar nuevamente los indicadores de Responsabilidad Social en la Cooperativa Guaranda Ltda., para conocer el nivel de superación de los indicadores calificados con 0% y poder compararla con la evaluación inicial en cuanto a resultados.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Se ha efectuado un diagnóstico de la Responsabilidad Social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda. para lo cual se establecieron dimensiones e indicadores del programa latinoamericano de responsabilidad social

empresarial común para todos los países de la región, publicados anualmente por el Instituto Ethos de Brasil.

Las dimensiones utilizadas para el diagnóstico hacen referencia a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, Público interno, Medio Ambiente, Proveedores Consumidores y Clientes, Comunidad y Gobierno y Sociedad, a los cuales se aplicaron indicadores de profundidad, mismos permiten evaluar la etapa actual de la gestión de la responsabilidad social e indicadores binarios, los cuales se componen de preguntas de respuesta binaria (sí o no) y cualifican el estadio seleccionado en los Indicadores en Profundidad.

Cada dimensión posee varios indicadores de los cuales la empresa cumple con la mayoría en un gran porcentaje, pero se han determinado deficiencias en algunos, debido a que no se han considerado para la aplicación en la cooperativa, entre estos se pueden detallar entre los más importantes la educación y concientización ambiental, criterios para la selección y evaluación de proveedores y políticas relacionadas con el apoyo a campañas políticas.

Los indicadores Ethos han sido formulados de modo tal que contemplan los aspectos comunes a la gestión de la responsabilidad social empresarial en el contexto latinoamericano, los mismos están diseñados para la aplicación en cualquier tipo de empresa, de ahí que es necesario que para su aplicación se los adapte a la cooperativa y a la situación actual del país específicamente, como en el presente caso al eliminar indicadores relacionados a la tercerización y a indicadores dirigidos a la transformación de materiales en un producto final, que en el actual caso no aplican.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a la cooperativa considerar el diagnóstico realizado para la realización de diagnósticos futuros, considerando cualquier actualización que publique el Instituto Ethos de Brasil, pues el mismo se ha convertido en un referente en relación a la responsabilidad social empresarial.

Considerando que las dimensiones utilizadas para el diagnóstico hacen referencia a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, Público interno, Medio Ambiente, Proveedores Consumidores y Clientes, Comunidad y Gobierno y Sociedad, se recomienda mantenerlas, pero examinar los indicadores de cada de estas, y diseñar unos que estén alineados específicamente a la cooperativa, considerando el tamaño de la misma, los productos y servicios que ofrece y los insumos que esta necesita.

Se recomienda a la administración de la cooperativa delegar y delimitar las funciones a un responsable en lo referente a la responsabilidad social, con el fin de que el mismo diagnostique a través de los indicadores, utilizándolos como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión e incorpore prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general de la cooperativa, considerando a los indicadores como un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno.

Se recomienda que el personal encargado de la responsabilidad social de la cooperativa modifique los indicadores de cada una de las dimensiones que se toma en cuenta a la situación actual de la cooperativa y del país, pues además de indicadores que no aplican, existen indicadores que no deberán ser considerados para su aplicación pues no tienen relación directa con los grupos de interés de la cooperativa y existen otros que aunque no se los haya tratado antes tienen un grado de cumplimiento alto, por lo que es necesario seleccionar delimitar los indicadores.

Resumen

La presente Tesis es Análisis e interpretación de indicadores para el informe de sustentabilidad de Responsabilidad Social Empresarial, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Guaranda Ltda., para año 2012, y nace de

la necesidad la misma de dimensionar sus resultados e impacto "social en la comunidad.

Dentro de la metodología utilizada esta la aplicación de indicadores Ethos, los cuales están diseñados como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión para las empresas, estos indicadores son de dos clases, los que comprenden el componente referido a los indicadores en profundidad o de etapas y los indicadores binarios y cuantitativos.

La investigación tiene cinco capítulos, en el capítulo uno de la investigación se han realizado las generalidades de la cooperativa, desde su reseña histórica, hasta el direccionamiento estratégico, el capítulo dos se realizó una Base teórica acerca de la Responsabilidad Social Corporativa la cual sirvió de base para el desarrollo del capítulo tres en el cual se realizó el diagnóstico de la responsabilidad social corporativa en la COAC Guaranda Ltda. evaluando dimensiones tales como son valores, transparencia y gobierno corporativo, público interno, medio ambiente, proveedores, socios y clientes, comunidad, gobierno y sociedad.

Dentro de la propuesta se ha realizado el Informe de Sustentabilidad de Responsabilidad Social Empresarial dividido en dos secciones, una que hace referencia a la Información aportada por los participantes de la cooperativa en la encuesta previa y la otra sección que muestra la Información del resultado realizado en la evaluación de los indicadores de responsabilidad social.

Se han obtenido resultados favorables en la mayoría de los indicadores, se determina además que existen indicadores que no son aplicables a la misma y otros que la cooperativa no los tiene en cuenta, se recomienda que el informe sea considerado para el diseño y aplicación de políticas encaminadas a la realización de actividades de responsabilidad social de la cooperativa, frente a sus grupos de interés.

Summary

The present paper is titled "Analysis and Interpretation of indicators for the

report of sustainability of Corporate Social Responsibility, in the savings and Credit Cooperative Guaranda Uda., for the year 2012", It starts with the necessity of measuring its results and social impact in the community. Within the methodology, the formula by ETHOS is used; it is designed as a tool of learning and evaluation of the management for the enterprises these indicators are of two kinds, indicators in depth or of stages and binary and quantitative indicators.

The research has five chapters. Chapter one is based generalities of the cooperative, its historical background and its strategic direction. Chapter two is the theoretical basis of the Cooperative Social Responsibility, a conceptual framework of the research. Chapter three was the diagnostic of the cooperative Social Responsibility COAC Guaranda Ud., evaluating dimensions such as: values, transparency, municipality, internal public, environment, suppliers, partners and clients, community government and society.

The report of sustainability of the Corporate Social Responsibility was done; it was divided into two sections, one that refers to the provided information by the participants of the cooperative during the previous survey and the other showing the information of results in the evaluation of the indicators of corporate social responsibility.

Favorable results have been obtained in most of the indicators, It was determined that there are indicators that are not applicable and other ones that the cooperative had not tried before. It is recommended that the report to be consider for the design and implementation of policies to carry out activities of the Cooperative Social Responsibility, Guaranda Ltd.

Bibliografía

- Agüero, F. (2002) “La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú”. Escuela de Estudios Internacionales. Universidad de Miami. Traducción: Jacobo Schatan (CENDA)
- Benavides, Marcela y Gastelumendi, Guida (2001), “Responsabilidad Social Empresarial: Un compromiso necesario”. Universidad del Pacífico, SASE y Perú 2021, Lima.
- Guédez, Víctor (2006) “Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social” Editorial Planeta (Venezuela)
- Glück, Alois. (2002). Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano. Quito: INDESIC.
- Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial (2012) ADEC-ETHOS: Guía de autoaplicación
- IRSE; Ekos (2009) “Memoria de Responsabilidad Social Empresarial Ecuador 2009”.
- Vives, A., (2009) “Empresa privada, desarrollo y los Objetivos de Desarrollo del Milenio: Ampliando la visión”, capítulo en ¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?, María Prandi y Josep Lozano, eds., ESADE, Barcelona.

INTERNET

Cooperativa Guaranda Limitada www.cooperativaguarandaltda.com

Instituto ETHOS <http://www.ethos.org.br/>

Anexos
Anexo 1

Archivo fotográfico



Fuente: Cooperativa Guaranda Ltda