



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**“MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICADO EN LA
EMPRESA SOLUCIONES ELÉCTRICAS S.A., SOELEC,
UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTORA

LÓPEZ NARVÁEZ MARÍA DE LOS ÁNGELES

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL

TUTOR:

Econ. Guillen Franco Erwin, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, **María de los Ángeles López Narváez**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

TUTOR

Econ. Guillen Franco Erwin, Mgs.

REVISORES

Ing. Wilson Baldeón Barros, Mgs.

Ing. Omar Mejía Flores, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Abril del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María de los Ángeles López Narváez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Modelo de Responsabilidad Social aplicado en la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC, ubicada en la ciudad de Guayaquil”, previa a la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 28 días del mes de Abril del año 2014

AUTORA

María de los Ángeles López Narváez



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, María de los Ángeles López Narváez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la Institución del Trabajo de Titulación: “Modelo de Responsabilidad Social aplicado en la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC, ubicada en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Abril del año 2014

AUTORA

María de los Ángeles López Narváez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios que ha sido el pilar fundamental en mi vida, dándome fortalezas para vencer cualquier obstáculo presentado en el trayecto de vida, por permitirme conocer personas que con su sabiduría y experiencias pudieron brindarme conocimientos para la elaboración de este Trabajo de Titulación.

A mis padres y hermanos por su amor y paciencia brindándome siempre su apoyo, guiando cada uno de mis pasos y con sus ejemplos me enseñaron a valorar lo bello y significativo de la vida.

A mí querido Tutor el Econ. Erwin Guillen Franco por su apoyo incondicional, impartíendome conocimientos para el desarrollo efectivo de este trabajo.

Finalmente, a mis amigos que me acompañaron en este largo trayecto de mi etapa universitaria, compartiendo momentos de alegrías y tristezas, pero siempre juntos y luchando por nuestros sueños.

María de los Ángeles López Narváez.

DEDICATORIA

A Dios y a la Santísima Virgen María por guiar cada uno de mis pasos, desde el momento que empecé con mi vida estudiantil, bendiciendo cada una de esas etapas, y ahora que he llegado a concluir una de ellas siento una alegría inexplicable, y estoy consciente que sin las fuerzas divinas no las hubiera llegado a alcanzar.

A mis padres por su apoyo incondicional, que con su esfuerzo y sacrificio hicieron de mí una persona de bien y consiguieron plasmar todo lo que algún día soñaron, y con su amor y dedicación supieron darme las fuerzas necesarias ante cualquier adversidad presentada en el largo camino.

A todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte de este proceso importante en mi formación profesional, a mis maestros por su amor y dedicación aportaron con sus conocimientos y me ayudaron a confiar en mis capacidades.

María de los Ángeles López Narváez.

DECLARACIÓN

YO, MARÍA DE ÁNGELES LÓPEZ NARVÁEZ DECLARO SER AUTORA DEL PRESENTE TRABAJO Y EXIMO EXPRESAMENTE A LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL Y A SUS REPRESENTANTES LEGALES DE POSIBLES RECLAMOS O ACCIONES LEGALES.

AUTORA

María de los Ángeles López Narvárez

AUTORÍA

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

AUTORA

María de los Ángeles López Narváez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Erwin Guillén Franco, Mgs.
Profesor Guía o Tutor

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs.
Profesor Delegado



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

Econ. Erwin Guillen Franco, Mgs.
Profesor Guía o Tutor

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN – ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN.....	XVIII
CAPÍTULO I.....	20
PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	20
1.1 Tema.....	20
1.2 Antecedentes.....	20
1.3 Planteamiento del Problema.....	22
1.4 Objetivos.....	23
1.4.1 Objetivo General.....	23
1.4.2 Objetivos Específicos.....	23
1.5 Justificación.....	24
1.6 Alcance.....	25
CAPITULO II.....	28
MARCO TEÓRICO.....	28
2.1 Introducción.....	28
2.1.1 Conceptos de Responsabilidad Social.....	28
2.1.2 Principios y Materias fundamentales de la Responsabilidad Social.....	29
2.1.3 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	35
2.1.4 Alcance Actual de la Responsabilidad Social en las Empresas.....	37
2.1.5 Objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	37
2.1.6 Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	41
2.1.7 Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador. (IRSE).....	43
2.1.8 Modelos de Excelencia.....	54
2.1.9 ANÁLISIS FODA.....	77
2.1.10 FUERZAS DE PORTER.....	80
2.2 Marco Referencial.....	82
2.2.1 PROGRAMA KAISEN: aplicado a la empresa SALUD S.A.....	82
2.2.2 Seguridad y Protección Nacional CIA. LTDA. (SEPRONAC) es Seguridad con alma Social.....	84

1.3	Marco Legal.....	86
1.4	Marco Conceptual.....	90
CAPÍTULO III.....		96
Estudio de Mercado		96
3.1	Metodología de la Investigación.	96
3.1.1	Planteamiento Inicial.....	96
3.1.2	Planificación de la Investigación.....	96
3.1.3	Recolección de Datos.....	98
3.1.4	Tratamiento y Análisis de la Información.....	99
3.1.5	Elaboración de Informe.....	99
3.2	Objetivos.....	100
3.3	Diseño de la Investigación	100
3.3.1	Muestra/selección de los clientes.....	100
3.3.2	Técnicas de recogidas de datos.....	102
3.4	Presentación de los resultados de encuestas.....	103
3.4.1	Análisis de las encuestas.....	113
Conclusiones		117
CAPÍTULO IV		120
Estudio Técnico		120
4.1	Presentación de la Empresa	120
4.1.1	Misión.....	121
4.1.2	Visión.....	121
4.1.3	Localización.....	122
4.1.4	Objetivos de la Empresa.....	122
4.1.5	Organigrama.....	122
4.1.6	Principales clientes.....	123
4.2	Análisis FODA: SOELEC.....	129
4.3	Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter: Aplicado a la empresa SOELEC.....	131
4.3.1	Rivalidad entre empresas competidoras.....	132
4.3.2	Entrada potencial de nuevos competidores.....	132
4.3.3	Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos.....	132

4.3.4	Poder de negociación de los proveedores.....	133
4.3.5	Poder de negociación de los consumidores.....	133
CAPÍTULO V.....		134
Modelo de Implementación.....		134
5.1 MODELO PARA EMPRESAS (MPE).....		139
5.1.1 Concepto.....		139
5.1.2 Objetivos.....		139
5.1.3 Composición Modelo MPE.....		139
5.1.4 Criterios.....		139
5.1.5 Resultados.....		146
CAPÍTULO VI.....		149
Informe Financiero.....		149
6.1 Costos en la Implementación del Modelo de Responsabilidad Social (MPE)		149
6.2 Inversiones, depreciación y amortización.....		151
6.3 Gastos de implementación del Modelo de Responsabilidad Social.....		152
6.4 Tasa de Inflación.....		156
6.5 Proyección para presupuesto.....		157
6.6 Resultados.....		158
CONCLUSIONES.....		159
RECOMENDACIONES.....		161
Anexos.....		163
Plan del Buen Vivir.....		163
Encuesta.....		171
Bibliografía.....		172
ÍNDICE DE IMÁGENES		
Imagen 1: Principios de la RS.....		29
Imagen 2: Materias fundamentales de la RS.....		32
Imagen 3: Materias fundamentales de la RS.....		35
Imagen 4: Pirámide de RSE.....		40
Imagen 5: Portal de Empresa IRSE.....		43
Imagen 6: Fundamentos del IRSE.....		46
Imagen 7: Valores y Principios de la RS.....		48
Imagen 8: Objetivos y Metas de la RS.....		49

Imagen 9: Principios del Pacto Global.....	50
Imagen 10: Normas ISO 26000	51
Imagen 11: Servicios y productos de IRSE	53
Imagen 12: Esquema del Proceso de Aplicación del Análisis FODA.....	78
Imagen 13: Las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	80
Imagen 14: Resultados Programa Kaisen	84
Imagen 15: Organigrama Empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELE	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparación Modelos de Excelencia.	75
Tabla 2: Matriz FODA	79
Tabla 3: Resultado de Encuestas por Modelo de Excelencia.....	137
Tabla 4: Costos para el Modelo de Responsabilidad Social (MPE)	150
Tabla 5: Depreciación y amortización de las inversiones.....	152
Tabla 6: Comportamiento de Primer Semestre	153
Tabla 7: Comportamiento de costos Segundo trimestre	154
Tabla 8: Gastos por nómina del Modelo de Responsabilidad Social (MPE)	155
Tabla 9: Tasa de inflación mensual del Ecuador.....	156
Tabla 10: Resumen de gastos anuales del proyecto.....	157

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	104
Gráfico 2: Criterios para el Nivel de Excelencia de la Empresa.....	105
Gráfico 3: Orientación de las Empresas.....	106
Gráfico 4: Sistemas de Autoevaluación para las Empresas.	107
Gráfico 5: Criterios para Modelo de RS.	108
Gráfico 6: Características para el Modelo de RS.	109
Gráfico 7: Criterios para el nuevo Modelo de RS.....	110
Gráfico 8: Valores para el Modelo de RS.....	111
Gráfico 9: Objetivos para el desarrollo eficiente de las empresas.....	112
Gráfico 10: Fuerzas de Porter, aplicadas a la empresa SOELEC.....	131
Gráfico 11: Gráfico de Barras, según Modelos de Excelencia.....	138

RESUMEN – ABSTRACT

RESUMEN

El presente trabajo de titulación propone la presentación de un modelo de Responsabilidad Social apropiado que se implemente en la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC, tomando como eje principal a los clientes que conforman la compañía, los mismos que serán los responsables de aportar ideas que sirvan como base para el desarrollo del modelo de implementación.

Las entidades públicas como privadas deben asumir y aplicar la Responsabilidad Social en sus diferentes ámbitos, a todos los grupos de interés, colaborando con la solución de problemas como el desinterés por sus colaboradores internos y externos, atender a las condiciones laborales y salud de los trabajadores, al cuidado y mejoramiento del medio ambiente alcanzando mejorar la calidad de vida de los seres humanos.

Todo esto con lleva a investigar el alcance que tiene la Responsabilidad Social en las instituciones privadas en este caso a la Compañía Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC. En la realización del siguiente trabajo de titulación se emplearon herramientas de recolección de información, identificación y análisis de datos, encuestas a los clientes que posee la compañía, con el fin de recopilar toda la información necesaria para lograr una excelente presentación del modelo de Responsabilidad Social.

El primer capítulo manifiesta la importancia que tiene el estudio del tema en cuanto a lo que sucede en el entorno, haciendo énfasis en la justificación, objetivos, planteamiento y alcance relacionados al tema. El segundo capítulo se refiere al marco teórico donde se establecen referencias en cuanto a conceptos, definiciones, importancia, modelos de excelencia, que ayudaran al perfeccionamiento de los siguientes capítulos; adicionalmente un marco legal que especifica bajo que regulaciones se desenvuelve este trabajo de

titulación. En el tercer capítulo se muestran los resultados de encuestas que establecen las perspectivas que tienen los clientes de la compañía SOELEC. En el cuarto capítulo se hace una breve explicación de la presentación de la compañía. En el quinto capítulo se presenta el nuevo modelo de implementación para la compañía SOELEC, con su debida explicación.

Después del desarrollo de los capítulos se presentan las conclusiones en relación a los objetivos expuestos en primera instancia, y las respectivas recomendaciones que permitirán fortalecer el trabajo de titulación.

Este trabajo de titulación tiene como objetivo evaluar la Responsabilidad Social en la gestión organizacional del sector privado y desempeño de las obligaciones de los funcionarios, enfocado en la compañía SOELEC, realizado a través de encuestas, para plantear un modelo de implementación.

Palabras Claves: Responsabilidad Social, Instituciones Privadas, modelo de implementación.

ABSTRACT

The present work proposes graduation presenting an appropriate model of social responsibility to be implemented in the company Electrical Solutions SA, SOELEC, taking as main customers that make up the company; the same would be responsible for contributing ideas to serve as a basis for the development of model implementation.

The public as private entities must take up office and apply the Social Responsibility in his different areas, to all the groups of interest, collaborating with the solution of problems as the disinterest for his internal and external collaborators, to attend to the working conditions and health of the workers, to the care and improvement of the environment reaching to improve the quality of life of the human beings.

All this leads to investigate the scope that the Social Responsibility in private institutions in this cases the Company Electrical Solutions SA SOELEC. In carrying out the following work tools titration data collection, identification and analysis, customer surveys held by the company, in order to collect all the information necessary for excellent presentation of the Social Responsibility model were used. The first chapter demonstrates the importance that has the study of the topic as for what it happens in the environment, doing emphasis in the justification, aims, exposition and scope related to the topic. The second chapter refers to the theoretical frame where references are established as for concepts, definitions, importance, models of excellence, which were helping to the development of the following chapters; additional a legal frame that it specifies under that regulation this work of qualifications is unrolled. In the third chapter there appear the results of surveys that establish the perspectives that have the clients of the company SOELEC. In the fourth chapter there is done a brief explanation of the presentation of the company. In the fifth chapter of the new model of implementation presents for the company SOELEC, with his due explanation.

After the development of the chapters they present the conclusions in relation to the aims exposed in the first instance, and the respective recommendations that will allow strengthening the work of qualifications.

This work of qualifications has as aim evaluate the Social Responsibility in the management organizational of the private sector and performance of the obligations of the civil servants, focused in the company SOELEC, realized across surveys, to raise a model of implementation.

Key words: Social Responsibility, Private Institutions, model of implementation.

INTRODUCCIÓN

Soluciones Eléctricas S.A. “SOELEC” es una compañía que se dedica a la comercialización y venta de materiales eléctricos de alta, media y baja tensión así como de productos de electricidad en general, teniendo como mayor fortaleza los productos de la línea ABB, donde se justifican la mayor parte de utilidades de la compañía.

En el portafolio de productos y servicios encontrará una variedad de materiales que son comercializados mediante una Fuerza de Ventas respaldada en la asesoría técnica y comercial que garantiza que los productos que se están adquiriendo se adecuan a su necesidad, trayendo grandes beneficios económicos para el cliente al efectuar una compra efectiva y oportuna del material o producto que requiere. Obtiene además un excelente servicio de entregas de materiales con gran rapidez en el sitio.

Adicionalmente, se dedica a dar mantenimiento y soporte a cada uno de los servicios que se les brinda a los clientes, para cada plan de negocio implementado, dando la garantía técnica de todos los productos, estando atentos a cualquier requerimiento que soliciten los clientes.

Cabe recalcar que la Responsabilidad Social representa un modelo eficiente en la gestión de las empresas, y que hoy en día forma parte de muchas compañías de diferentes tamaños que en menor o mayor participación han ido incorporando buenas prácticas sociales, económicas y ambientales.

Por esta razón la idea de este trabajo es presentar un modelo de Responsabilidad Social, el cual tiene como finalidad hacer cumplir los valores corporativos, aumentar el desempeño de cada uno de los trabajadores, crear una cultura de mejora continua, trabajo en equipo, y mejora del clima laboral, además, mejorar la atención al cliente tanto interno como externo, brindándoles un servicio eficaz, como rapidez en la entrega de los materiales, asesoramiento técnico de calidad con ejecutivos altamente capacitados, que estén aptos para resolver cualquier inquietud de los

clientes, logrando así una mayor satisfacción, lo que conlleva a un mayor número de ventas, los mismos que serán encargados de dar garantía acerca de nuestros productos y servicios.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

1.1 Tema.

“Modelo de Responsabilidad Social aplicado en la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC, ubicada en la ciudad de Guayaquil”

1.2 Antecedentes.

La Responsabilidad Social en las empresas viene apareciendo de siglos pasados y se originó en las organizaciones que combinaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque no se respetara a los trabajadores ocasionándoles explotación, tal como se conoce en el período de la Revolución Industrial.

En la época Victoriana en Inglaterra aparecen empresarios como Robert Owen quién creó una importante comunidad industrial, declarada patrimonio de la humanidad, donde la cooperación y el apoyo eran normas fundamentales, introdujo diversidad de medidas de bienestar, las cuales comprendían educación, sanidad pública, rechazando al trabajo infantil y evitando situaciones desfavorables. (Owen, 2004)

En el siglo XIX tenemos experiencias de Responsabilidad Social, como en los países Europeos, en España surge el movimiento cooperativo en el sector agropecuario, las cooperativas de consumo, las colonias industriales, etc.

Es estos últimos años es cuando aparecen directrices y pautas significativas acerca de la Responsabilidad Social de parte de organismos internacionales, donde se citan disposiciones, por ejemplo Naciones Unidas y la Organización

Internacional del Trabajo (OTI), que han tenido un significativo papel desde su aparición en 1914.

En este tema se destaca el modelo de Excelencia Empresarial de la European Foundation Quality Management (EFQM), que se originó en 1989 y se actualizó en el año 2000, quien crea un sistema de auditoría que sirve para evaluar resultados alcanzados en la gestión empresarial en los tres grupos de interés claves: clientes, trabajadores y sociedad.

Las principales referencias Internacionales Relevantes de la Responsabilidad Social son:

- Modelo Europeo de Excelencia Empresarial, EFQM (2000)
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) / Principios de actuación de empresas multinacionales, (1997/2000) y Conjunto de Convenios y Recomendaciones.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)/ Directrices para empresas multinacionales (2000).
- Libro Verde de la Comisión Europea (2001).
- Social Accountability International 8000 (Acción Social).
- Global Reporting Initiative (GRI) 2003.

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, como consecuencia del desarrollo socioeconómico de las empresas, toma fuerza la Responsabilidad Social Empresarial, que parte desde el papel que desempeñan las empresas en el contexto social; es decir, desde el punto de vista de la sociedad, por esta razón la empresa se ha convertido en un importante agente social.

Aunque el lucro es una finalidad fundamental por el cual se rigen las empresas en una economía de mercado, su dimensión social se convierte en un peso

importante. Hay que tener en cuenta que hay una economía social donde lo importante es la calidad del servicio y las prestaciones sociales, asumidas por las organizaciones públicas y privadas para cubrir necesidades, pero esta finalidad no debe ser un impedimento para que la eficiencia en la gestión sea clave para el servicio y pervivencia de las principales organizaciones.

Por tal motivo el nacimiento de una nueva empresa, debe ir enfocada a generar grandes beneficios para los grupos de interés y no solo para los accionistas de la empresa. Además de los beneficios económicos los accionistas deben enfocarse en los beneficios sociales y ambientales, teniendo en cuenta que al realizar cambios sociales es necesario adoptar el fuerte compromiso de la alta dirección empresarial, la puesta en marcha de una estructura interna en la organización, y la colaboración de los trabajadores para cumplir todas las propuestas.

1.3 Planteamiento del Problema.

En la actualidad todas las Instituciones tanto públicas como privadas, deberían seguir un modelo de Responsabilidad Social perfectamente estructurado donde se incorporen el respeto por los valores éticos, las personas, comunidades y el medio ambiente que permita a las empresas obtener ventajas competitivas sobre otras a través de un proceso en el que los trabajadores participen activamente.

El desinterés de la Responsabilidad Social por parte de las empresas privadas en Guayaquil hacia la comunidad, ha ocasionado que haya poca preocupación e importancia concedida en el tema por parte de entidades para asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas, esto con lleva a la reducción de motivación por los propósitos organizacionales,

desigualdad económica en la sociedad, distinción, discriminación y la despreocupación por el cuidado del medio ambiente.

Por lo expuesto anteriormente, las personas esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales y que brinden apoyo para cualquier fin; sin embargo, es complejo que una empresa pueda asumir todos los problemas y dar soluciones, es por esta razón, que se debe contar con una estructura o modelo de Responsabilidad Social que sepa en qué aportará y así, la empresa contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo General.

Presentar un modelo de Responsabilidad Social apropiado, que se implemente en la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC, aplicando herramientas de investigación y de recolección de datos.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Definir la importancia y alcance que tiene la Responsabilidad Social en las empresas.
- Identificar las áreas de acción de la Responsabilidad Social que no cumplan a cabalidad dentro de la Empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC.
- Realizar un estudio de mercado en el segmento establecido, que permita dar resultados para la mejora de la compañía.
- Diseñar un modelo de gestión de implementación de la Responsabilidad Social dentro de la Empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC.

1.5 Justificación.

Este tema fue desarrollado con el fin de hacer entender que la Responsabilidad Social, representa un valor agregado intangible y que al aplicarlo en las empresas sería un elemento fundamental que acompañe a la estrategia general de la empresa.

Se lo desarrolló impartiendo con nuevos conocimientos a la sociedad a través de la implementación de un nuevo modelo de Responsabilidad Social y de esta manera que se respeten los derechos humanos con unas condiciones dignas de trabajo que ayuden a la seguridad, desarrollo humano y profesional de los trabajadores, y a su vez se respete al medio ambiente evitando cualquier tipo de contaminación.

La responsabilidad social va dirigida a la reinstitucionalización de la sociedad, argumentando propuestas concretas para la elaboración de las mismas, y a través de estas se alcanza dar fin a inconvenientes que afectan directamente a la sociedad.

En conclusión este modelo de responsabilidad social se implementa como una metodología para cambiar la sociedad, y que se pueda visualizar ciertos aspectos como:

- Servir a la sociedad y en condiciones justas.
- Crear riqueza eficazmente posible.
- Respetar los derechos humanos.
- Respetar el medio ambiente evitando perjuicios en lo que más sea posible.
- Cumplir las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los contratos y compromisos establecidos.
- Mantener la ética empresarial y luchar contra la deshonestidad.
- Atender a las condiciones laborales y de salud de los trabajadores.

- Diseñar e implementar nuevas estrategias de asociación y colaboración de la empresa.
- Hacer participar a los empleados en las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- Mejorar las posibilidades y oportunidades de los trabajadores donde se establece la empresa.

Es importante conocer que la sociedad está totalmente implicada con la empresa de forma directa e indirecta, es un trabajo en equipo para la obtención de un bien. Permitiendo que Responsabilidad Social Empresarial se lleve a cabo con un orden, control y seguimiento en los recursos, actividades y propósitos con los que tiene y establece la empresa siendo éstos permitidos para todos y no ocultando información. Consiguiendo así el éxito en el empleo de la RSE.

Por tal motivo al identificar las dificultades que existen en lo que respecta, al derecho de los trabajadores, cuidado de medio ambiente y de los valores éticos, se propone un modelo de implementación para superar estas falencias, y que las instituciones logren ser organizaciones responsables socialmente.

1.6 Alcance.

En la actualidad, se han logrado avances importantes en la comprensión de los alcances de la Responsabilidad Social y se está creando un ambiente favorable para su expansión en todo el sector empresarial. Son claros los beneficios que trae a la empresa la incorporación de la Responsabilidad Social a su estrategia de negocios: simpatía de los consumidores, mayor lealtad de los colaboradores, mayor confianza de los inversionistas, facilidad en los procesos de toma de decisiones, optimización de recursos humanos y materiales y, en general, la

instalación de procesos colectivos de mejora continua, para beneficio de la empresa y de toda la sociedad.

Como ejemplo tenemos Cinco organizaciones miembros del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) que ganaron reconocimiento a Mejores Prácticas en RSE:

- Diners Club,
- Cervecería Nacional,
- Lafarge Cementos,
- Holcim y
- Fundación Coca – Cola

Estas organizaciones en representación del Ecuador fueron premiadas con el Reconocimiento a las Mejores Prácticas en RSE 2013, Edición Latinoamérica, entregado anualmente por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

El presente trabajo de titulación buscó elaborar un modelo de Responsabilidad Social que permita:

- a) Buenas prácticas laborales.
- b) Identificar y practicar valores éticos para que exista una buena práctica de valores éticos como la honestidad, justicia, compromiso, solidaridad, lealtad etc., que permita alinear la forma en que se administra a la empresa, reduciendo riesgos y generando confianza con los clientes.
- c) Capacitar en ética a los colaboradores, realizando charlas, discusiones, debates, talleres o cualquier otra actividad en la que se puedan evaluar los valores de los colaboradores y además establecer programas de incentivo buscando la rentabilidad de valores.
- d) Crear un ambiente laboral abierto al diálogo es muy importante para toda compañía, estableciendo así un diálogo transparente, teniendo como eje

principal el respeto y tolerancia, esto facilitará predisponer de un ambiente laboral abierto que permita enfrentar los conflictos de manera favorable.

- e) Capacitar al personal en diversidad; es decir, que el trabajador tome conciencia sobre la multiculturalidad, y el respeto a lo diferente, esto se puede organizar a través de charlas de sensibilización, talleres orientados a la diversidad con charlistas especializados en esta área.
- f) Apoyar nuevas ideas para habilitar canales de comunicación adecuados; es decir, generando espacios de escucha que les permita a los colaboradores estar seguros que se tomarán en cuenta sus aportaciones y que las puedan plantear abiertamente.
- g) Incentivar a la gerencia para generar una cultura organizacional en donde el cuidado de la salud, la seguridad y el bienestar sean altamente valorados, adoptar principios de protección para el cuidado del medio ambiente controlando los desperdicios de energía, materia prima y el esfuerzo humano requerido, identificando oportunidades para reducir el consumo de recursos y minimizar desechos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción.

En el presente capítulo se analizarán los diferentes conceptos, los cuales se tomarán en cuenta como base para el desarrollo de los demás capítulos, los principios y materias fundamentales de la Responsabilidad Social, el alcance que tiene este tema en las empresas a través de la investigación de tres modelos de excelencia como son el EFQM, Malcolm Baldrige y el Iberoamericano que servirán de base para la realización del nuevo modelo de Responsabilidad Social para la empresa SOELEC.

2.1.1 Conceptos de Responsabilidad Social.

Responsabilidad Social: Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.
- Está integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. (Nueva Norma ISO 26000, 2010).

Responsabilidad Social: Arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad

económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra. Se trata de valorar además de la dimensión económica, la dimensión moral, la cual puede ser fácil de vulnerar y no tanto de controlar. (Fernández, 2012).

Responsabilidad Social: “Corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad están asociados con las mejoras en la calidad de la vida de la gente, y en la vigencia de organizaciones comprometidas con las libertades y derechos de las personas. (Martínez H. , 2005).

2.1.2 Principios y Materias fundamentales de la Responsabilidad Social.

2.1.2.1 Principios de la Responsabilidad Social.

Imagen 1: Principios de la RS



Elaborado por: Nueva Norma ISO 26000, 2010.

Fuente: <http://www.globalstd.com>

Rendición de cuentas: consiste en que una organización debe rendir cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medioambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativo sin voluntarios e imprevistos.

Transparencia: radica en que una organización debe ser transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente.

Las organizaciones deben revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información debe estar fácilmente disponible y accesible para los interesados.

Comportamiento ético: implica que el comportamiento de una organización se fundamente en los valores de honestidad, equidad e integridad, estos valores comprenden el respeto por las personas, animales, medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de las partes interesadas.

Respeto a los intereses de las partes interesadas: se debe respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas. Aún y cuando los objetivos de la organización pueden limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también tienen derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización.

Respeto al principio de legalidad: la organización debe aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio. Éste se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los gobiernos están también sujetos a la ley. Este principio se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder. El respeto a este principio implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.

Respeto a la norma internacional de comportamiento: se tiene que respetar la normativa internacional de comportamiento y acatar el principio de respeto de legalidad.

La organización está llamada a esforzarse por respetar las normas internacionales aun cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una organización deberá evitar ser cómplice en las actividades de otra organización que no sean coherentes con la normatividad internacional de comportamiento.

Respeto a los derechos humanos: la organización está obligada a respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad. Además de promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

2.1.2.2 Materias fundamentales de la responsabilidad social.

Como parte de la definición del alcance de la responsabilidad social de una organización, se deben identificar los asuntos pertinentes y establecer sus prioridades, considerando las siguientes materias fundamentales de responsabilidad social.

Imagen 2: Materias fundamentales de la RS



Elaborado por: Nueva Norma ISO 26000, 2010.

Fuente: <http://www.globalstd.com>

Materia fundamental I.- Gobernanza de la organización:

La gobernanza de la organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr los objetivos. Los sistemas de gobernanza cambian, dependiendo del volumen, tipo de organización y del contexto ambiental, económico, político, cultural y social en el que se desenvuelve. Estos están encaminados por una persona o conjunto de personas que tienen la potestad y responsabilidad de alcanzar los objetivos de la organización. La gobernanza de la organización es un elemento transcendental para incorporar la responsabilidad social y para lograr que la Organización responda por los impactos de todas sus disposiciones y acciones.

Materia fundamental II.- Derechos humanos:

Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo. Existen dos categorías de derechos humanos:

La categoría de derechos civiles y políticos; incluye derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.

La categoría de los derechos económicos, sociales y culturales; incluye derechos como el derecho al trabajo, alimentación, salud, educación y seguridad social.

Los Estados tienen la obligación y responsabilidad de respetar, salvaguardar, efectuar y hacer realidad los derechos humanos. Una organización tiene este compromiso, incluso dentro de su esfera de influencia.

Materia fundamental III.- Prácticas laborales:

Las prácticas laborales socialmente responsables son fundamentales para la justicia social, la estabilidad y la paz. Las prácticas laborales conllevan la incorporación y desarrollo de trabajadores; procedimientos disciplinarios, ascensos de trabajadores; finalización de la relación laboral; formación y perfeccionamiento de habilidades; salud; seguridad e higiene industrial, y cualquier política o práctica que afecte a las condiciones de trabajo, en especial la jornada laboral y el salario.

Materia fundamental IV.- El medio ambiente:

La responsabilidad ambiental es un aspecto importante dentro de la responsabilidad social ya que es una herramienta necesaria para sobrevivir y mantener el bienestar de los seres humanos. Las actividades, acciones y decisiones de las organizaciones tienen una repercusión en el medio ambiente debido a los recursos que se utilizan, la generación de residuos, la

contaminación, entre otros. Para disminuir los impactos ambientales las instituciones debe implementar mecanismos, establecer normas como la ISO 14000 para mejorar la calidad de vida.

Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación:

Las prácticas justas de operación consisten en como la institución aplica la conducta ética en sus relaciones con otras organizaciones, instituciones públicas, privadas, accionistas, proveedores, clientes externos, clientes internos y competidores con el fin de obtener resultados positivos. Los asuntos relacionados con las prácticas justas de operación se presentan en los ámbitos de anticorrupción, participación responsable en la esfera pública, competencia justa, comportamiento socialmente responsable y respeto a los derechos de la propiedad.

Materia fundamental VI.- Asuntos de consumidores:

Las organizaciones que brindan bienes y servicios a sus clientes tienen responsabilidades con ellos. Estos compromisos con los consumidores conllevan a dar información precisa utilizando información verdadera, transparente, y necesaria para el marketing, promoviendo el consumo sostenible, la creación y diseño de bienes y servicios que todos puedan obtener y poder satisfacer las necesidades de los más vulnerables.

Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad:

Actualmente está ampliamente aceptado que las organizaciones tengan relación con las comunidades en las que operan. La participación activa, ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público, ayuda a fortalecer la sociedad civil. Las organizaciones que se

involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos. (26000, 2010)¹

Imagen 3: Materias fundamentales de la RS



Elaborado por: Nueva Norma ISO 26000, 2010.
Fuente: <http://www.globalstd.com>

2.1.3 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

- Es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad, las acciones y decisiones que se toman para lograr los objetivos y metas de propias de una organización.(Herrera, 2005)

¹ Nueva Norma ISO 26000. (2010). “Guía de Responsabilidad Social”. Recuperado el 1 de Noviembre del 2010, del Sitio Web: <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

- La responsabilidad social concierne a la totalidad de las relaciones de las empresas con los grupos participantes y podría desplegarse en cuatro niveles esenciales. El primero correspondería a la responsabilidad en las relaciones con los trabajadores, sobre la organización y calidad del trabajo. En el segundo nivel pueden situarse las responsabilidades que afectan a la calidad, seguridad y utilidad social de los productos y servicios, en tercer nivel está la implicación comunitaria en el que junto a la contribución de la empresa al desarrollo social deben incluirse la creación y el mantenimiento de los empleos, así como el respeto a la legislación sobre la actividad económica, y el cuarto nivel correspondería a la actitud responsable de las personas. (Tomás Perdiguero, 2005).
- Una empresa responsable es aquella que realiza operaciones empresariales responsables en las distintas actividades propias del negocio y además, realiza acciones de responsabilidad social. (Rodríguez, 2005)

Empresa Responsable = Operaciones Empresariales Responsables + Acciones de Responsabilidad Social.

Las operaciones empresariales responsables tiene que ver con las prácticas características de la empresa y se realiza con recursos que se clasifican como costos o gastos, es decir de las funciones de mercadeo, recursos humanos, operaciones, etc.

Las acciones de responsabilidad social son las operaciones que efectúa la empresa con recursos provenientes de una parte de las ganancias, utilidades, excedentes, a realizar acciones exógenas a la empresa. Es la actividad que típicamente cumplen las funciones empresariales y que no pueden ser ubicadas

como funciones de recursos humanos, mercadeo u operaciones. (Rodríguez, 2005)

2.1.4 Alcance Actual de la Responsabilidad Social en las Empresas.

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema. Orientar los esfuerzos de la empresa a generar resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a medio y a largo plazo un fracaso.

Este tema abarca aspectos internos y externos, Lo interno orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los externos se refiere a los clientes, proveedores, familia de los trabajadores y el entorno social, entre estos el medio ambiente. Los objetivos empresariales de la empresa actual, están enfocados a lograr mayor competitividad y productividad.

La productividad se entiende como la capacidad de producir y vender más, a menor costo y con una excelente calidad, lo que permita a la marca que se promociona mantenerse y crecer en los mercados a los que pertenece, sean nacionales o extranjeros, haciéndose así mucho más competitivos. (González, 2003)

2.1.5 Objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Responsabilidad Social Empresarial tiene como objetivo un enfoque positivo en las organizaciones en los diferentes ámbitos en los cuales se relaciona, y que al mismo tiempo contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa, además tienen la obligación de conocer el entorno en el cual se

desenvuelven, conocimiento de todo lo que les rodea; es decir, no solo en términos geográficos, sino en términos de reglas, leyes, y todas las actividades relacionadas con la empresa.

Es importante que la empresa reconozca que existen públicos o actores con los que se interrelacionan, a los cuales se los llama como “públicos interesados”²

Las empresas tienen diferentes públicos interesados hacia donde pueden focalizar su acción ya sean estos hacia el interior o exterior de la empresa:

- Públicos interesados internos son: colaboradores, accionistas, y gerencia.
- Públicos interesados externos son: proveedores, clientes, y la comunidad en general.

Para poder delimitar el impacto interno y externo que tiene la empresa nace la pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial, que es una herramienta creada con el afán de ayudar a las empresas a definir las áreas de acción de la RSE. A través de esta pirámide las empresas forman criterios para priorizar políticas en:

- Área interna: están enfocadas en los valores de transparencia es decir se dirige hacia el actuar de la empresa y actúan directamente en los actores internos (colaboradores).
- Área Externa: se dirige a la cadena productiva (proveedores, consumidores/clientes) además al medio ambiente, las comunidades y al Estado.

Una empresa para ser socialmente responsable debe enfocarse desde un principio en su interior es decir en sus colaboradores y después enfocarse hacia la dimensión externa y de esta manera habrá un impacto positivo, además una

²Públicos Interesados son aquellas personas a quienes el negocio afecta positiva o negativamente.

empresa que adopte valores éticos, que exista transparencia en las operaciones y se cumplan los requerimientos legales transmitirá mayor confianza a lo externo con sus proveedores, clientes, gobierno y la sociedad en su conjunto.

La Responsabilidad Social Empresarial permite identificar y constituir conglomerados “clusters” que este modelo busca la forma que la empresa pueda mejorar las relaciones con los clientes y proveedores, buscando generar cadenas productivas socialmente responsables.

Para la influencia de la empresa es importante buscar una vinculación con los planes de la comunidad, municipales, departamentales y con los planes de acción, logrando así que los colaboradores adopten una nueva cultura empresarial, donde haya personas que contribuyan para alcanzar el éxito de las empresas convirtiéndolas en líderes en un país.

A través de la pirámide que se muestra a continuación se puede observar las acciones que va a permitir erradicar la pobreza, ampliar el mercado y generar competitividad, además determinar la relación entre pobreza, mercado y competitividad. Permite descubrir que para que las empresas sean competitivas deben existir condiciones adecuadas de mercado que involucra acciones de cumplimiento con el régimen legal y las políticas del estado.

Imagen 4: Pirámide de RSE



Elaborado por: CentraRSE 2006.

Fuente: <http://siteresources.worldbank.org>

CENTRARSE (Centro de acción de Responsabilidad Social Empresarial) ha permitido la creación de una pirámide de la RSE con el propósito de dirigir a las empresas a definir las áreas de acción en términos CUMPLIMIENTO REGIMEN LEGAL.

El objetivo de la pirámide es enfocar que existe un impacto positivo interno como externo para las empresas que las adoptan. En el contexto interno encontramos la interacción de los recursos de la empresa en función de sus resultados.

Debemos considerar dos dimensiones:

- El Cumplimiento del régimen legal ya que ese es el pilar de las acciones de la RSE siendo así socialmente responsable, ya que al faltar transparencia no

seríamos competitivos, invertir en el desarrollo de las capacidades del personal y nuevas tecnologías que preserven el medio ambiente.

- Propiciar el desarrollo del personal dentro de la empresa, es decir a través de esto se logrará ser competitivos maximizando la productividad de la empresa si a los colaboradores se los capacita constantemente, se los motiva y por ende se mejorarán las condiciones laborables.

En el contexto externo, observamos las relaciones de la empresa hacia fuera (empresa- sociedad). Donde se consideran tres dimensiones:

- La proyección a la familia del colaborador, trabajar con ellas aumentará la lealtad de todos hacia la empresa, ya que son las personas más cercanas a la empresa a pesar de no estar en ella. Esto los convertirá en voceros del trabajo y aliados nuestros.
- La proyección a la comunidad, la cual debiera mantener alianzas con organizaciones públicas y privadas locales, con el objetivo de integrar esfuerzos en la consecución de metas de carácter local y estructural que provean el desarrollo sostenible.
- El diseño y ejecución de políticas de estado es de carácter prioritario debido a que va ligado al desarrollo de sus habitantes que le permitirá contribuir a generar un mejor clima de negocios.(centraRSE, 2006)³

2.1.6 Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.

La importancia de la RSE al enfrentar los efectos negativos de la globalización, frenando a las crisis financieras globales y sus terribles consecuencias; al

³centraRSE (2006). Objetivos de la RSE, pirámide de la RSE. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

proponer un modelo de capitalismo social para reducir la brecha entre ricos y pobres tanto en cada país como a nivel internacional; y al contribuir, de manera significativa al fortalecimiento de la democracia y al desarrollo sostenible que intenta evitar la extinción de la vida en el planeta.

De igual manera, la RSE trae grandes beneficios en la triple dimensión de la sostenibilidad, incluso para la propia empresa. Así, genera beneficios económicos, reflejados por ejemplo en el mejor clima laboral, la motivación de los empleados y su mayor productividad, el posicionamiento de la marca y el aumento de su reputación, la preferencia de los consumidores por sus bienes y servicios, etc.

En cuanto a los beneficios sociales, es claro que la RSE contribuye en gran medida a resolver los mayores problemas sociales y, en último término, a la construcción de un mundo mejor, más justo o equitativo, más humano, que es su principal objetivo. No obstante, el máximo beneficio de la RSE es en el plano individual, para cada persona, por los profundos valores éticos que asume y pone en práctica al servicio de la empresa y sus grupos de interés, a los cuales les genera valor económico y social con una adecuada estrategia corporativa.(RSEConsultoria, 2005)⁴

⁴RSEconsultoria (2005). Entidad que presta servicios de consultoría en áreas de Responsabilidad Social Empresarial, a empresas y otras organizaciones sociales. Recuperado el 5 de diciembre de 2012, del sitio Web: <http://www.rseconsultoria.com/index.php/noticias/informe-especial/175-antecedentes-definicion-e-importancia-de-la-rse>

2.1.7 Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador. (IRSE)

Un ejemplo claro de Responsabilidad Social en el Ecuador es que se muestra en la empresa IRSE:

Imagen 5: Portal de Empresa IRSE



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

IRSE es la primera institución en el Ecuador en abordar, de manera técnica y metodológica, la Responsabilidad Social Empresarial. Se cimienta en una filosofía de valores trascendentes, con aplicaciones prácticas, que guían a las organizaciones en la implementación de la RSE con base en metodologías, sistemas e iniciativas medibles, cuantificables, universalmente reconocidas y respetadas. Apuntalamos con nuestra gestión el desarrollo sostenible.

El IRSE, es la primera iniciativa institucional en el Ecuador en el cometido de la responsabilidad social empresarial. Es una organización privada, sin fines de lucro. En sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario. Al IRSE lo consolida un equipo de personas con positiva y vasta experiencia en el campo empresarial, en la academia, en la cátedra, en múltiples responsabilidades públicas y privadas.

IRSE es parte de la Fundación Horizontes, una persona jurídica, aprobada mediante Acuerdo No. 472, del 29 de diciembre de 2005, por el ministerio de educación Y cultura de la república del Ecuador.

PRÁCTICA MÁS QUE PRÉDICA Trascendiendo a la retórica y al lirismo, que han sido predecesoras en esta temática, el IRSE impulsa, sobretodo, la práctica, la aplicación técnica y metodológica de la Responsabilidad Social, con base en la implantación de un modelo de RS, la utilización de herramientas universales para que las organizaciones coadyuven en la mejora de la sociedad, a través de la excelencia institucional y sus legítimos fines pero, sobre todo, fundamentándose en valores, transparencia y ética.

LA RSE, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL E INTEGRADORA Para el IRSE, la Responsabilidad Social, por su dilatado ámbito, es un medio idóneo para integrar las acciones estratégicas de las Organizaciones con sus valores y principios; el IRSE, a través de la orientación en la aplicación de sus herramientas, logra ese medio integrador.

EL DESARROLLO DE LA PERSONA HUMANA Y SU ENTORNO El IRSE inculca a que las acciones empresariales y sus metas no descuiden los valores auténticos que permitan el desarrollo de la persona, el bienestar de la sociedad, el cuidado del medio ambiente y la consolidación del desarrollo sostenible.

2.1.7.1 ORGANIZACIONES PROMOTORAS DEL IRSE

1. MUTUALISTA PICHINCHA
2. AMANCO
3. OCP ECUADOR
4. PRONACA
5. HOLCIM
6. GENERAL MOTORS
7. MOVISTAR
8. NESTLE
9. ETERNIT
10. ADELCA
11. ESPAE
12. CORPORACIÓN MARESA
13. MAZ MOTORS
14. MARESA ENSAMBLADORA
15. ORGU FORD
16. GPS TRACK
17. PACIFICARD
18. DINERS
19. KAWAMOTORS
20. REPOSOL YPF
21. MICROSOFT
22. HOSPITAL METROPOLITANO
23. MORE STEPHENS PROFIL

2.1.7.2 FUNDAMENTOS DEL IRSE

Imagen 6: Fundamentos del IRSE



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.or>

VÉRTICE 1. VALORES Y PRINCIPIOS

I. Principios de la Responsabilidad Social

1. LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA: una sociedad justa puede ser realizada solamente en el respeto de la dignidad trascendente de la persona humana. Ésta representa el fin último de la sociedad, que está a ella ordenada.

2. EL BIEN COMÚN: es el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones, y a cada uno de sus miembros, el logro más pleno y más fácil de la propia perfección.

3. LA SOLIDARIDAD: es la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de TODOS y CADA UNO, para que seamos verdaderamente responsables de todos, pretendiendo su igualdad en dignidad y derechos.

4. LA SUBSIDIARIEDAD: todas las sociedades de "orden superior" deben lograr una actitud de ayuda por tanto de apoyo, promoción, desarrollo, respecto a las sociedades reconocidas como "menores".

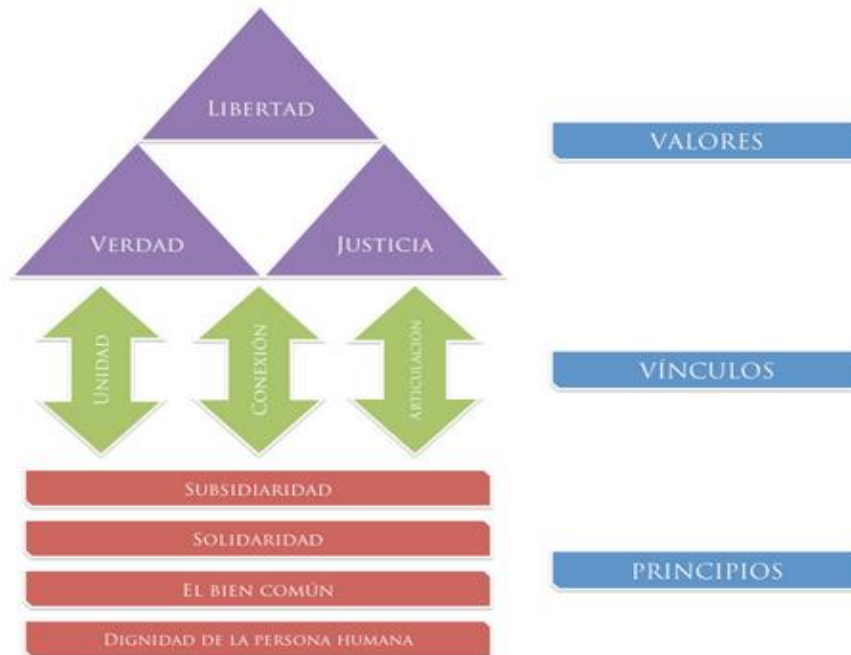
II. Valores básicos de la Responsabilidad Social

5. LA VERDAD: la convivencia de los seres humanos es ordenada, fecunda y conforme a su dignidad de personas, cuando se funda en la verdad.

6. LA LIBERTAD: toda persona humana tiene el derecho natural de ser reconocida como un ser libre y responsable; el derecho al ejercicio de la libertad es una exigencia inseparable de la dignidad de la persona humana.

7. LA JUSTICIA: dar a cada uno lo que le corresponde. Actitud de reconocer al otro como persona, como criterio determinante de la moralidad en el ámbito intersubjetivo y social. Buscar la equidad. Este valor resulta particularmente importante en el contexto actual, en el que el valor de la persona, de su dignidad y de sus derechos, a pesar de las proclamaciones de propósitos, está seriamente amenazado por la difundida tendencia a recurrir, exclusivamente, a los criterios de la utilidad y del tener.

Imagen 7: Valores y Principios de la RS



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

VÉRTICE 2. OBJETIVOS Y METAS DEL MILENIO.

En la cumbre del milenio celebrada en la ciudad de Nueva York, en septiembre del año 2000, que contó con la presencia de los jefes de los estados adheridos a la ONU, ratificaron su compromiso de construir un mundo más pacífico, más próspero y más justo, donde prevalezcan los valores de la libertad, la igualdad, la solidaridad, la tolerancia, el respeto a la naturaleza y a la responsabilidad común frente al destino de la humanidad, a través de los siguientes 8 objetivos:

Imagen 8: Objetivos y Metas de la RS



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

VÉRTICE 3. PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

Kofi Annan, el día 26 de junio del año 2000 durante el Foro Económico Mundial oficializó el acuerdo que firmaron más de 1300 empresarios, representantes de las más importantes corporaciones a nivel mundial, el llamado Global Compact (Pacto Global). Se impusieron una meta bastante ambiciosa y de características profundas: hacer de la economía mundial algo auténticamente sostenible, con base a la aplicación de los siguientes principios:

Imagen 9: Principios del Pacto Global



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

VÉRTICE 4. NORMA ISO 26000 DE RS

Esta Norma Internacional (no certificable) fue liberada el 1ro de noviembre de 2010. Se desarrolló utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas, con la participación de expertos en el que formó parte el presidente ejecutivo del IRSE de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, que están involucradas en diversos aspectos de la Responsabilidad Social. Estos expertos procedían de seis grupos distintos de

partes interesadas: consumidores, gobierno, industria, trabajadores, organizaciones no gubernamentales, ONG (NGO, por sus siglas en inglés) y servicios, apoyo, investigación, academia y otros. Adicionalmente, se tomaron disposiciones específicas para lograr un equilibrio en los grupos de redacción, entre países en desarrollo y desarrollados, así como un equilibrio de género.

Imagen 10: Normas ISO 26000



Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador.

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

VÉRTICE 5. SISTEMA DE GESTIÓN SGE 21

La Norma de Empresa SGE 21 es el primer sistema de gestión de la Responsabilidad Social que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

El sistema de gestión SGE 21 ha sido el elegido tanto por empresas multinacionales de primera línea como por pequeña y mediana empresa. Parte de modelos consolidados como los de calidad y medioambiente, a los que enriquece a través de una visión multistakeolder.

2.1.7.3 ÁREAS DE ACCIÓN

INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN

En Ecuador, similar a lo que aconteció en otras latitudes, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, se había restringido a la filantropía, a la caridad, a las donaciones, al marketing social, a la asistencia social; de allí que, nuestra primera iniciativa, es la de difundir los auténticos conceptos y componentes actuales de la RSE, en un afán orientador, informador y guía, que se propague hacia todos los niveles de la sociedad.

FORMACIÓN DE CAPACIDADES

Es importante que todos los niveles organizacionales coincidan y se formen en las bases, fundamentos, herramientas; inclusive, debería ser compartido el argot de esta cultura de Responsabilidad Social; pero no sólo en la empresa, sino en las instituciones académicas, gremios, agrupaciones, etc. De allí que el IRSE, con ese fin, desarrolla, para esos ámbitos, seminarios, charlas, conferencias, encuentros, capacitaciones.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

El vertiginoso avance tecnológico, especialmente en las comunicaciones, hace que se disponga de un abanico de oportunidades y herramientas en RSE, ofrecidas por varias instituciones ligadas a este objetivo. Sin embargo, cada país, cada cultura, tiene sus especificidades, en las que no resulta eficaz el sólo copiar sino desarrollar y adaptar. Por tal razón, el IRSE investiga, selecciona,

analiza, adapta y desarrolla metodologías y herramientas, que tornen eficaz el impulso y la implantación de la cultura de RSE.

2.1.7.4 SERVICIOS Y PRODUCTOS

Los servicios que ofrece el IRSE están direccionados a organizaciones de toda índole: con o sin fines de lucro, privados o públicos, pequeños, medianos, grandes, nacionales y multinacionales, comerciales, industriales, de servicio. Las principales guías y normas sobre las que se fundamente el IRSE son:

- Norma ISO 26000 de responsabilidad social
- Guía GRI para elaboración de memorias de sostenibilidad
- Sistema de gestión ética y de RSE SGE 21⁵

Imagen 11: Servicios y productos de IRSE

<p>1 Diagnóstico RS</p>  <p><i>Con base en una estructura, norma y/o guía, universalmente reconocida, se efectúa el diagnóstico situacional de la organización respecto a Responsabilidad Social.</i></p>	<p>2 Planificación RS</p>  <p><i>Una vez que el diagnóstico identifica y precisa aquellos aspectos para mejorarlos o formalizarlos, se establece un plan que prioriza las acciones a mediano y largo plazo.</i></p>	<p>3 Acompañamiento</p>  <p><i>Se acompaña a la organización, paso a paso, en la ejecución del plan de acción.</i></p>
<p>4 Stakeholders</p>  <p><i>Con una metodología y proceso estructurado, de reconocimiento universal, se guía a la organización en la identificación, precisión y formalización en el relacionamiento estratégico con sus principales y más sensibles grupos de</i></p>	<p>5 Memoria de Sostenibilidad</p>  <p><i>Se lo realiza con base en la Guía del GRI Global Reporting Initiative, en congruencia con la Norma ISO 26000.</i></p>	<p>6 SGE 21 y RSE</p>  <p><i>Con base en la Norma SGE 21:2008, el IRSE guía para la implementación y certificación de un sistema de gestión ética y socialmente responsable.</i></p>

Elaborado por: Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador (IRSE).

Fuente: <http://www.irse-ec.org>

⁵Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador (IRSE), recuperado de <http://www.irse-ec.org>

2.1.8 Modelos de Excelencia

Los Modelos de Excelencia en la Gestión están orientados para servir como guía de autoevaluación para las organizaciones. Varias instituciones han buscado desarrollar instrumentos de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la Responsabilidad Social Empresarial.

2.1.8.1 Modelo Europeo de Excelencia Empresarial (EFQM)

Concepto Modelo EFQM

Es un instrumento práctico que ayuda a las organizaciones a establecer un sistema de gestión apropiado, midiendo en qué punto se encuentra dentro del camino hacia la excelencia, identificando posibles carencias de la organización y definiendo acciones de mejora.

Este modelo sirve para:

- Ayudar a las organizaciones a desarrollar su visión y metas para el futuro tangiblemente.
- Identificar y entender la naturaleza del negocio, es decir, relaciones entre agentes presentes de la actividad con relaciones causo-efecto.
- Permite establecer un mismo lenguaje y modo de pensar en toda la organización.
- Permite diagnosticar la mejora de la organización, identificando puntos de mejora e implantando acciones que contribuyan al mejoramiento.
- Sirve de base para la concesión del Premio EFQM, que se consigue a través de un proceso de evaluación que Europa pone a disposición a sus organizaciones mejores gestionadas para que les permita poner como ejemplo a las demás organizaciones.

Composición Modelo EFQM

Este modelo está compuesto por:

- Un conjunto de criterios de excelencia empresarial que abarcan todas las áreas del funcionamiento de la organización.
- Un conjunto de reglas para evaluar el comportamiento de la organización en cada criterio.

Hay dos grupos de criterios:

Es un marco no preceptivo basado en nueve criterios de los cuales cinco de estos son “Facilitadores” y cuatro son de “Resultados.”

Agentes Facilitadores (Criterio 1 al 5): encargado de lo que la organización realiza y se subdivide en 24 subcriterios.

Para cada grupo de criterios hay un conjunto de reglas de evaluación basadas en la “lógica REDER” (Resultados, enfoque, despliegue, evaluación y revisión)

Resultados: lo que la organización consigue. En una organización excelente, los resultados muestran tendencias positivas o un buen nivel sostenido, los objetivos son adecuados y se alcanzan, los resultados se comparan favorablemente con los de otros y están causados por los enfoques. Además el alcance de los resultados cubre todas las áreas relevantes para los actores.

Enfoque: lo que la organización piensa hacer y las razones para ello. En una organización excelente, el enfoque será sano (con fundamento claro, con procesos bien definidos y desarrollados, enfocado claramente a los actores) y estará integrado (apoyará la política y la estrategia y estará adecuadamente enlazado con otros enfoques).

Despliegue: Lo que realiza la organización para poner en práctica el enfoque. En una organización excelente, el enfoque estará implantado en las áreas relevantes de una forma sistemática.

Evaluación y Revisión: lo que hace la organización para evaluar y revisar el enfoque y su despliegue. En una organización excelente, el enfoque y su despliegue estarán sujetos con regularidad a mediciones, se emprenderán actividades de aprendizaje y los resultados de ambas servirán para identificar, priorizar, planificar y poner en práctica mejoras.

Criterio 1: Liderazgo

Los líderes se encargan de facilitar la obtención de la misión y visión, desarrollando valores para alcanzar el éxito a largo plazo, implantando acciones y comportamientos adecuados, haciendo que el sistema se cumpla adecuadamente en la organización.

Subcriterios:

1^a Desarrollo de la misión, visión y valores por los líderes, que actúan como modelo dentro de una cultura de Excelencia.

1^b Participación personal de los líderes para asegurar el desarrollo, implantación, y mejora continua del sistema de gestión de la organización.

1^c Intervención de los líderes con clientes, socios y representantes de la sociedad.

1^d Los líderes buscan protección de una cultura de Excelencia entre las personas de la Organización.

1^e Los líderes son los que definen e impulsan los cambios en la organización.

Criterio 2: Política y Estrategia

Implanta la misión y visión en la organización a través de una estrategia central en todos los grupos de interés y respaldada por políticas, planes, objetivos, metas y procesos.

Subcriterios:

2^a Las expectativas, necesidades, actuales y futuras de los grupos de interés son el pilar fundamental de la política y estrategia de la empresa.

2^b La información derivada de las actividades relacionadas con el rendimiento, investigación, aprendizaje y creatividad son el soporte de la política y estrategia.

2^c Desarrollo, comprobación y actualización de la política y estrategia.

2^e Comunicación y desarrollo la política y estrategia a través de un cuadro clave de procesos.

Criterio 3: Personas

Gestiona, desarrolla y aprovecha todo el conocimiento y potencia de las personas que forman parte de la organización, tanto individual como grupal, además planifica las actividades en función de la política y estrategias en el funcionamiento eficaz de sus procesos.

Subcriterios:

3^a Planificación, gestión y mejora de los recursos humanos.

3^b Reconocimiento, desarrollo y mantenimiento del conocimiento y capacidad de las personas en una organización.

3^c Implicación y aceptación de responsabilidades por parte de los individuos en una organización.

3^d Que exista buena comunicación entre las personas en una organización.

3^e Retribución, reconocimiento y atención a las personas de la organización.

Criterio 4: Alianzas y Recursos

Planifica y gestiona sus alianzas externas y recursos internos en soporte de la política y estrategias para el funcionamiento de los procesos en una organización.

Subcriterios

- 4^a Gestión de las alianzas externas.
- 4^b Gestión de los recursos económicos y financieros.
- 4^c Gestión de los edificios, equipos y materiales.
- 4^d Gestión de la tecnología.
- 4^e Gestión de la información y del conocimiento.

Criterio 5: Procesos

La organización mejora sus procesos para apoyar su política y estrategia a través del diseño, gestión y mejora, generando cada vez mayor valor a sus clientes y otros grupos de interés.

Subcriterios:

- 5^a Diseño y gestión sistemática de los procesos
- 5^b Introducción de las mejoras en los procesos, a través de la innovación con el fin de satisfacer a clientes, grupos de interés, creando así mayor valor.
- 5^c Diseño y desarrollo de los productos y servicios enfocándose en las necesidades de los clientes.
- 5^d Producción, distribución y servicio de atención, de los productos y servicios.
- 5^e Gestión y mejora de las relaciones con los clientes.

Resultados (Criterio 6 al 9): lo que la organización logra y se subdivide en 8 subcriterios.

Criterio 6: Resultados en los clientes

Son los logros que está alcanzando la organización en relación con sus clientes externos.

Subcriterios:

6^a Medidas de percepción: es la apreciación que tienen los clientes de la organización, y la confirman a través de encuestas, grupos focales a clientes, además clasificaciones de proveedores en el mercado.

6^b Indicadores de rendimiento: son medidas internas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento.

Criterio 7: Resultados en las personas

Los logros que está alcanzando la organización en relación con las personas que la componen.

Subcriterios:

7^a Medidas de percepción: es la apreciación de la organización que tienen las personas que la integran y la obtienen a través de encuestas, entrevistas, grupos focales y evaluaciones de rendimiento estructuradas.

7^b Indicadores de rendimiento: son medidas internas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento de las personas que la componen.

Criterio 8: Resultados en la Sociedad

Son los logros que está alcanzando la organización en la sociedad.

Subcriterios:

8^a Medidas de percepción: es la apreciación que tiene la sociedad de la organización, y se obtienen a través de encuestas, informes, reuniones públicas, representantes sociales y autoridades gubernativas.

8^b Indicadores de rendimiento: Medidas internas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar su rendimiento.

Criterio 9: Resultados Clave

Son los logros que está alcanzando la organización con relación al rendimiento planificado.

Subcriterios:

9^a Resultados Clave del Rendimiento de la Organización: son los resultados clave planificados por la organización y dependiendo de los objetivos pueden hacer referencia a resultados económicos – financieros, y resultados no económicos.

9^b Indicadores Clave del Rendimiento de la Organización: son las medidas operativas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar los resultados clave del rendimiento. (Modelo de Excelencia EFQM)⁶

2.1.8.2 Modelo Malcolm Baldrige.

Concepto Modelo Malcolm Baldrige.

Es un modelo de Excelencia utilizado en EEUU, que sirve como herramienta para evaluar la gestión de la calidad total en la empresa, concediendo un enfoque al cliente a su satisfacción.

- Este modelo está vigente desde hace 20 años en EEUU, en Japón y en 22 países Iberoamericanos, incluyendo España y Portugal, el mismo garantiza la evaluación de las organizaciones que desean demostrar su eficacia y

⁶Modelo de Excelencia EFQM. *Agencia de Desarrollo Económico de la Rioja (ADE)*. Recuperado del Sitio Web: <http://www.arnaut.net/sites/default/files/images/documentos/ader-modelo-efqm.pdf>

excelencia en la entrega de sus productos y servicios e incluirse en el Premio Nacional de Calidad (PNC).

- El Secretario de Comercio Ronald Reagan Malcolm Baldrige, formó un equipo de trabajo que desarrolló el modelo que posteriormente llevaría su nombre y luchó para instaurarlo en las empresas Americanas. Así obtuvo excelentes resultados que en el año 1987 ganó el Premio Nacional de Calidad de compañía XEROX que 5 años atrás estaba prácticamente en la ruina, todo esto se dio gracias que en el año 1982 se formó una invasión tecnológica de Japón al mercado de EEUU, con la venta masiva de los Autos Toyota poniendo en aprietos económicos a los grandes fabricantes de Detroit, desde ese entonces el modelo se expandió por el mundo, hasta en el mismo Japón, gracias a que era el resultado de criterios de calidad aceptados en los cinco continentes.
- Este modelo establece una puntuación de desempeño sobre 1000 puntos, en sus 20 años de trayectoria prácticamente ninguna empresa en el mundo ha alcanzado más de 750 puntos, lo que se deduce que alcanzar un nivel de 400, 500, o 600 puntos es altamente aceptado.
- Si una empresa ha obtenido la certificación ISO 9000 y la sostiene durante 3 años, es calificada para lograr 350 puntos en el modelo Malcolm Baldrige y las que superan los 500 puntos son reconocidas para ganar el Premio Nacional de Calidad y son identificadas como de clase mundial. En Ecuador han registrado a 12 empresas evaluadas entre 400 y 520 puntos, y este modelo permite que las empresas puedan conocer acertadamente cuál es su nivel de competencia y capacidad.
- Este modelo lo aplican 22 países Iberoamericanos incluyendo España y Portugal, lo usan como base de sus particulares sistemas de evaluación empresarial, que conforman una Red Iberoamericana de la Excelencia REDIBEX.

- Este modelo se actualiza cada año, ha incluido en sus criterios de evaluación la Responsabilidad Social, se ha diversificado en entidades sin fines de lucro, donde se agrupan incontables seres humanos, la salud, educación y las Organizaciones no Gubernamentales (ONG).
- Malcolm Baldrige se dispara como un modelo en expansión y crecimiento, cuyo eje son las personas que imparten procesos, productos y servicios de calidad.
- La Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total trabaja para que las organizaciones públicas y privadas fomenten la utilización de este modelo, con el fin de alcanzar los más altos patrones de calidad para los ecuatorianos.(CECT)⁷

Propósitos del Modelo de Excelencia.

- El Modelo de Excelencia constituye una base para la realización de autoevaluaciones organizacionales y para proporcionar retroalimentación a sus usuarios. Adicionalmente, el Modelo tiene tres importantes roles para fortalecer la competitividad de las organizaciones:
 - Ayudar a mejorar sus prácticas de gestión, capacidades y resultados.
 - Facilitar la comunicación y el intercambio de información sobre mejores prácticas entre organizaciones.
 - Servir de herramienta de trabajo para comprender y gestionar el desempeño la planificación y las oportunidades de aprendizaje.

Objetivos del Modelo de Excelencia.

El Modelo de Excelencia está diseñado para ayudar a las organizaciones a usar un enfoque incorporado para la gestión del desempeño organizacional que:

⁷Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total. *Modelo Malcolm Baldrige*. Recuperado del sitio Web: http://www.lstecuador.com/corporacion/corporacion/index.php?option=com_content&view=article&id=50:malcolm-baldrige&catid=36:informacion-basica&Itemid=97

- Proporcione mayor valor a los clientes y grupos de interés, contribuyendo a la sostenibilidad de la organización.
- Mejora de la eficacia y de las capacidades de toda la organización.
- Aprendizaje, tanto organizacional como personal.

Valores y Conceptos Centrales del Modelo Malcolm Baldrige.

El Modelo de Excelencia está basado en el siguiente conjunto interrelacionado de valores y conceptos centrales:

- Liderazgo visionario
- Excelencia impulsada por el cliente
- Aprendizaje organizacional y personal
- Valoración de las personas y de los asociados
- Agilidad
- Orientación hacia el futuro
- Gestión para la innovación
- Gestión basada en hechos
- Responsabilidad social
- Orientación hacia la obtención de resultados y la creación de valor
- Perspectiva de sistema

Estos valores y conceptos son creencias y comportamientos enraizados, encontrados en las organizaciones de alto desempeño. Son además, la base para integrar requerimientos operativos y de desempeño en un marco orientado hacia la obtención de resultados, lo que, a su vez, crea una base para la acción y la retroalimentación. Los Valores y Conceptos Centrales del Modelo de Excelencia se encuentran comprendidos en los siguientes siete Criterios:

Criterio 1: Liderazgo

Examina la forma en que la alta dirección dirige y hace sostenible a la organización, evaluando el gobierno y la manera en que se adoptan las responsabilidades éticas, legales y de la comunidad en general.

Subcriterios:

1^a Liderazgo en alta Dirección.

1^b Buen gobierno y responsabilidad social.

Criterio 2: Planeamiento Estratégico

Es el que examina, evalúa y mide el desarrollo de los objetivos estratégicos y planes de acción en una organización.

Subcriterios:

2^a Desarrollo de Estrategias.

2^b Despliegue de estrategias.

Criterio 3: Orientación hacia el Cliente y el Mercado

Determina los requerimientos, necesidades, expectativas, preferencias que tienen los clientes y mercados, examina la forma en que la organización construye relaciones con los clientes y determina la forma de satisfacer, crear lealtad, sostenibilidad de los clientes en un negocio.

Subcriterios:

3^a Conocimiento del Cliente y del Mercado.

3^b Relaciones con el cliente y Satisfacción.

Criterio 4: Medición, Análisis y Gestión del Conocimiento

Examina la forma en la que la organización selecciona, analiza, gestiona y mejora los activos de datos, información y conocimiento, además evalúa la manera como la organización determina el desempeño.

Subcriterios:

4^a Medición, Análisis y Evaluación del Desempeño Organizacional.

4^bGestión de la Información y del Conocimiento.

Criterio 5: Orientación hacia las Personas

Describe la manera en la que el trabajo y los puestos ayudan a todos los colaboradores y a la organización a desarrollar su máximo potencial enfocados a sus objetivos globales, estrategias y planes de acción de la organización, alcanzando así un alto desempeño, también examina los esfuerzos de la organización por mantener un buen clima laboral dirigido a la excelencia en el desempeño, crecimiento personal y organizacional.

Subcriterios:

5^a Sistemas de Trabajo.

5^b Aprendizaje y Motivación de las Personas.

5^c Bienestar y Satisfacción de las Personas.

Criterio 6: Gestión de Procesos

Examina los puntos clave de la gestión de procesos en la organización, incluyendo la de los productos y servicios de creación de valor para entregar valor a los clientes, logrando éxito y crecimiento organizacional.

Subcriterios:

6^a Proceso de Creación de Valor.

6^b Procesos de Soporte y Planeamiento Operativo.

Criterio 7: Resultados

Examina la mejora en las áreas de negocios claves en el desempeño de productos y servicios, satisfacción de los clientes, desempeño financiero y de mercado, desempeño en la orientación hacia las personas, liderazgo y Responsabilidad Social, además examina todos los niveles con relación a los competidores y a otras organizaciones que proveen productos y servicios similares.

Subcriterios:

1^a Resultados de Productos y servicios.

1^b Resultados de Orientación hacia el cliente.

1^c Resultados Financieros y de Mercado.

1^d Resultados de la Orientación hacia las personas.

1^e Resultados de la Eficacia Organizacional.

1^f Resultados de Liderazgo y Responsabilidad Social.

CARÁCTERÍSTICAS CLAVES DEL MODELO DE EXCELENCIA

1. El Modelo es no prescriptivo pero adaptable.

El Modelo está compuesto de requerimientos orientados hacia resultados. Sin embargo, no prescribe:

- Como una organización debería estar estructurada.
- Si la organización debería o no tener departamentos de calidad, planificación u de otras funciones.
- Si diferentes unidades en la organización deberían manejarse de la misma forma.

Estos factores difieren entre las organizaciones y es probable que cambien en la medida en que las necesidades y estrategias evolucionan.

El Modelo es no prescriptivo porque:

- Está orientado hacia resultados, no hacia procedimientos, herramientas o estructura organizacional. Las organizaciones son alentadas a desarrollar y a demostrar enfoques creativos, adaptables y flexibles para cumplir los requerimientos. Los requerimientos no prescriptivos tienen por objeto fomentar mejoras incrementales (continuas) así como no incrementales (discontinuas) mayores, así como cambios a través de la innovación.
- La selección de herramientas, técnicas, sistemas y estructura organizacional usualmente depende de factores tales como el tipo y tamaño del negocio, las

relaciones organizacionales, la etapa de desarrollo en la que se encuentra la organización, las capacidades y responsabilidades de los empleados.

- Incentiva una mejor comprensión, comunicación, difusión, alineamiento e integración, al mismo tiempo que apoya la innovación y la diversidad de enfoques.

2. El Modelo apoya una perspectiva de sistemas para mantener el alineamiento de objetivos en toda la organización

El alineamiento en el Modelo se forma alrededor de la conexión y refuerzo de los indicadores derivados de los procesos y la estrategia de la organización. Estos indicadores se relacionan directamente con el valor para el cliente y grupos de interés y con el desempeño global. El uso de indicadores canaliza diferentes actividades en direcciones consistentes con menos necesidad de procedimientos detallados, toma de decisión centralizada o de una compleja gestión de procesos.

Los indicadores sirven, por un lado, como herramienta de comunicación y por otro lado, como una base para desplegar requerimientos de desempeño organizacional consistentes.

Una perspectiva de sistemas que se propone el alineamiento, especialmente cuando la estrategia y las metas cambian a través del tiempo, requiere vinculaciones dinámicas entre los subcriterios. De esta manera se llevan a cabo, al interior del Modelo, ciclos de aprendizaje orientados hacia la acción a través de la retroalimentación entre procesos y resultados.

Los ciclos de aprendizaje tienen cuatro etapas claramente definidas:

- El planeamiento, que incluye el diseño de procesos, la selección de indicadores y el despliegue de los requerimientos.

- La ejecución de planes.
- La evaluación de avances y la captura de nuevo conocimiento, tomando en cuenta resultados internos y externos.
- La revisión de planes, con base en evaluación de hallazgos, aprendizaje, nuevas entradas, nuevos requerimientos y oportunidades para la innovación.

3. El Modelo propugna el diagnóstico basado en objetivos

El Modelo y la Guía de Puntuación forman un sistema de diagnóstico (evaluación).

El Modelo es un conjunto de 19 requerimientos de desempeño.

La Guía de Puntuación explica las dimensiones de evaluación: Procesos y Resultados, así como, los factores claves utilizados para evaluar cada dimensión. De esta manera, una evaluación proporciona un perfil de fortalezas y áreas de mejora relacionadas con los 19 requerimientos de desempeño, así como, el nivel de madurez de procesos y desempeño determinado por la Guía de Puntuación. La evaluación conduce a acciones para mejorar el desempeño en todas las áreas.

Este diagnóstico es una útil herramienta de gestión que va más allá que la mayoría de revisiones de desempeño y que, además, es aplicable a una amplia gama de estrategias, sistemas de administración y tipos de organización. (Modelo de Excelencia en la Gestión Malcolm Baldrige)⁸

⁸Modelo de Excelencia en la Gestión de Malcolm Baldrige. Recuperado de: http://www.praxis.com.pe/portal/sites/default/files/m_baldrige_2006.pdf

2.1.8.3 Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión.

Concepto del Modelo Iberoamericano.

Es un Modelo supranacional que trata de crear un punto de referencia único en el que se encuentren reflejados los distintos modelos de excelencia nacionales de los países iberoamericanos.

- Este modelo se desarrolló en el año 1999 para ser aplicado en cualquier organización pública y privada, ya sea de cualquier sector o tamaño.
- Su objetivo principal es la evaluación de la gestión de las organizaciones, identificando sus fortalezas y áreas de mejoras que sirvan para establecer guías de progreso y sirva como información para el desarrollo y la planificación estratégica.
- La Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ), propietaria del Modelo, lo desarrolla, actualiza y difunde gratuitamente.
- FUNDIBEQ participa en el GEM⁹ (Global Excellence Model Council) como responsable del Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión.

Con la creación del modelo Iberoamericano de Excelencia en la gestión se consiguen una serie de logros:

- Cuando un país iberoamericano no disponga de un modelo propio puede adoptar éste como suyo.
- Ser nexo común entre empresas iberoamericanas con experiencias exitosas en la implantación de modelos de excelencia en la gestión.
- Introducir la Autoevaluación como el sistema que en el menor costo y tiempo posible introduce a la empresa en un sistema de mejora continua.

⁹El GEM es un foro de intercambio de conocimientos entre los Modelos de Excelencia más conocidos a nivel internacional.

- Igualar entre los distintos países las características y los niveles de desarrollo e implantación de las Entidades Evaluadoras de la conformidad y sistemas de premios, reconocimientos y centros de estudio, Asociaciones, Fundaciones, etc.
- La posibilidad de contar con un referente común a todos los países Iberoamericanos, es decir con un Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión, que facilitará la coordinación de todos los esfuerzos en el área iberoamericana.

Estructura del Modelo Iberoamericano

Los nueve criterios del modelo se dividen en dos tipos: Procesos Facilitadores y Resultados. Los cinco criterios de Procesos Facilitadores abarcan los criterios 1 al 5 ambos inclusive, en cuanto a los criterios de Resultados, estos abarcan del criterio 6 al criterio 9, ambos inclusive.

Procesos Facilitadores: (Criterio 1 al 5)

Son aquellos que reflejan cómo la organización enfoca, desarrolla, evalúa y revisa cada uno de los elementos de la gestión. Cada uno de los cinco criterios que componen este grupo de procesos facilitadores se divide en cuatro subcriterios, los cuales se desarrollan a través de área o aspectos.

Criterio 1: Liderazgo y estilo de Gestión

Analiza cómo se desarrollan y se ponen en práctica la cultura y los valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo, mediante el comportamiento y acciones de los líderes, además estudian cómo se desarrolla y se pone en práctica la estructura de la organización, el marco de los procesos, su sistema de gestión para la adecuada ejecución de la política y estrategia.

Subcriterios:

1ª Los líderes están obligados a demostrar una cultura de Excelencia Empresarial.

1^b Los líderes están comprometidos a fomentar y desarrollar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que forman parte de la organización.

1^c La organización de la compañía está desarrollada para soportar la debida aplicación de la política y estrategia, en relación con los valores y cultura de la empresa.

1^d Se dirigen y manejan los procesos sistemáticamente.

Criterio 2: Política y estrategia

Analiza cómo la organización desarrolla su misión y visión, las pone en práctica mediante una estrategia orientada hacia los distintos agentes y personas y personas con las cuales se actúa, las cuales están apoyadas con programas adecuados.

Subcriterios:

2^a La política y estrategia está basada en las necesidades, expectativas de los públicos involucrados, en el presente y futuro, enfocándose en el mercado.

2^b La política y estrategia está basada en la información obtenida por la evaluación del cumplimiento y por las actividades relacionadas con la investigación y creatividad.

2^c La política y estrategia se desarrolla, evalúa, revisa y mejora.

2^d En la forma como se comunica la política y la estrategia.

Criterio 3: Desarrollo de las personas

Analiza cómo la organización desarrolla, conduce, y hace apreciar el potencial de las personas, de forma individual, o en grupo de la organización, con el fin de logra la eficacia y eficiencia en su gestión.

Subcriterios:

3^a Las personas: planificación y mejora.

3^b Desarrollo de la capacidad, conocimiento y desempeño del personal.

3^c Comunicación y facultamiento de las personas.

3^d Atención y reconocimiento a las personas.

Criterio 4: Recursos y asociados

Analiza cómo gestiona la organización sus recursos internos, como son los financieros, de información, de conocimientos, tecnológicos, de propiedad intelectual y materiales, así como los recursos externos, incluyendo las asociaciones con proveedores, distribuidores, alianzas y otros órganos administrativos, con el fin de apoyar la gestión eficiente y eficaz de la misma.

Subcriterios:

4^a Gestión en los recursos económicos y financieros.

4^b Gestión de los recursos de información y conocimientos.

4^c Gestión de los inmuebles, equipos, tecnología y materiales.

4^d Gestión de los recursos externos, incluidos asociados.

Criterio 5: Clientes

Analiza cómo la organización diseña, desarrolla, produce y entrega productos y servicios, y la manera de gestionar las relaciones con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes actuales y futuros, así como de otros grupos interesados.

Subcriterios:

5^a Se identifican las necesidades y expectativas de los clientes con respecto a los productos y servicios.

5^b Se diseñan, desarrollan productos y servicios.

5^c Se elabora, suministran y mantienen productos, servicios.

5^d Se cultivan y mejoran las relaciones con los clientes.

Resultados: (Criterio 6 al 9)

Criterio 6: Resultados de clientes

Lo que está consiguiendo la organización en relación a sus clientes externos.

Subcriterios:

6^a Medidas de percepción de los clientes, obtenidas mediante encuestas, calificaciones de asociados, etc.

6^b Medidas de desempeño utilizadas internamente por la organización con el fin de controlar, comprender, prevenir y mejorar el desempeño de la organización y la percepción de los clientes externos.

Criterio 7: Resultados del desarrollo de las personas

Es lo que está consiguiendo la organización en relación con el desarrollo de las personas, como en el criterio 3.

Subcriterios:

7^a Medidas de percepción del personal de la organización obtenidas a través de encuestas, entrevistas, apreciaciones, etc.

7^b Medidas del desempeño, utilizadas internamente por la organización con el fin de medir, comprender, prevenir y mejorar el desempeño del personal de la organización y sus percepciones.

Criterio 8: Resultados de Sociedad

Lo que la organización está consiguiendo en cuanto a satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad local, nacional e internacional.

Subcriterios:

8^a Medidas de percepción por parte de la sociedad, obtenidas a través de encuestas, informes, reuniones públicas, representantes y autoridades públicas, etc.

8^b Medidas de desempeño, utilizadas internamente por la organización con el fin de controlar, comprender, prevenir y mejorar el desempeño de la organización y la percepción de la sociedad.

Criterio 9- Resultados Globales

Lo que está consiguiendo la organización en relación con su proyectado desempeño y con la satisfacción de las necesidades y expectativas de cuantos tienen un interés financiero o de otra índole.

Subcriterios:

9^a Medidas de percepción de todos aquellos que tienen un interés financiero o de otra índole en la organización como los accionistas e instituciones financieras, instituciones públicas etc., mediante encuestas, entrevistas, informes, auditorías, evaluaciones, etc.

9^b Medidas de desempeño tanto de carácter económico como operativo que utiliza la organización para controlar, comprender, prever y mejorar el desempeño de la organización y las percepciones de las partes interesadas en la misma. (FUNDIBEQ, 2010), (Martínez, 2002)

2.1.8.4 COMPARACIÓN ENTRE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL.

Tabla 1: Comparación Modelos de Excelencia.

Modelos de Excelencia	EFQM	MALCOLM	IBEROAMERICANO
Misión	Se basa en que para obtener resultados excelentes con relación a los clientes, personal, sociedad y rendimiento, se logran a través del liderazgo, el personal, la política y estrategias, alianzas, recursos y procesos.	Se basa en un sistema de liderazgo, planificación, estrategia y enfoque hacia el cliente y mercado.	Se basa en que para obtener resultados excelentes se consiguen no sólo con el liderazgo, sino con un estilo de dirección y procesos adecuados.
Enfoque	En determinados Agentes facilitadores de la organización y en los resultados.	En el liderazgo hacia el clientes, en el apoyo a la organización, en la medición de los índices, parámetros y la forma de mantener la ventaja competitiva de la organización.	En el liderazgo, clientes, procesos y resultados.
Esquema Estructural	Presenta 9 criterios que se clasifican en 2 tipos: los 5 primeros pertenecen a la categoría de los Agentes o procesos facilitadores donde se encuentra el liderazgo y en el quinto criterio los Agentes facilitadores son los procesos. Los otros 4 restantes pertenecen a la categoría de los Resultados.	Presenta 7 criterios, que están orientados hacia la obtención de Resultados.	Presenta 9 criterios en total, Agentes o procesos facilitadores. En el primer criterio además del liderazgo incluye el estilo de dirección, y en el quinto criterio los Agentes Facilitadores son los clientes.
Sistema de Retroalimentación o Feedback	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque • Estrategia 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia • Despliegue 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque • Desarrollo

	<ul style="list-style-type: none"> • Despliegue • Evaluación y Revisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación • Revisión
Factor Humano	Éxitos, oportunidades, mejora, imagen organizativa, contacto directo con los clientes.	Servir de herramienta de trabajo para comprender y gestionar el desempeño y oportunidades de los trabajadores.	Establece guías de progreso que sirvan como información para el desarrollo y planificación estratégica que ayuden a los trabajadores.
Empresas	Liderazgo para satisfacer las necesidades de los clientes, organización eficaz de los procesos, mejora de forma continua.	Fue ejercicio de revisión estratégica para unas empresas, y para otras fue ejercicios de información y alineamientos de equipos externos de trabajos.	Evalúa la gestión de las organizaciones, identificando sus fortalezas y áreas de mejoras.

Elaborado por: Autora
Fuente: Datos de investigación de Modelos de Excelencia

CONCLUSIÓN:

Todos estos modelos sirven de autoevaluación, bien para incorporar mejoras o para comprobar el funcionamiento y rendimiento organizativo, además conciben a las organizaciones como conjunto de subsistemas relacionados y conectados entre sí, todos tienen su papel y su importancia específica en el logro del objetivo primordial; la excelencia y mejora continua.

2.1.9 ANÁLISIS FODA

Las principales aplicaciones del análisis FODA, son determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad en la empresa. Por consiguiente el estudio y análisis FODA permite:

- Determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se han establecido.
- Concienciar al dueño de la empresa sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar.
- Permitir a la empresa explotar eficazmente los factores positivos y eliminar los efectos de los factores negativos.

Definiciones:

Fortalezas: son aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos.

Oportunidades: son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa que podrían favorecer el logro de los objetivos.

Debilidades: son aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos.

Amenazas: son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que pueden afectar negativamente las posibilidades del logro de los objetivos.

Si se reagrupan todos estos conceptos desde el punto de vista de la empresa, podemos apreciar, que dos de ellos son Internos: FORTALEZA Y

DEBILIDADES, mientras que los otros dos son elementos externos a la empresa: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.

Por consiguiente, el análisis FODA nos permite determinar los puntos en los cuales debe enfocarse:

- **Respecto a la empresa:** cuáles son los fuertes de la estructura operativa, los puntos débiles que existen en la organización que podrían convertirse en obstáculos para alcanzar la visión de la compañía.
- **Respecto al entorno:** cuáles son las situaciones o condiciones que existen en el mercado o en el entorno de la empresa que podrían actuar a favor de la empresa para que logre alcanzar sus objetivos empresariales. (Borello, 1994)

Imagen 12: Esquema del Proceso de Aplicación del Análisis FODA



Elaborado por: Borello, 1994.

Fuente: Adaptado de (Borello, 1994). *El Plan de Negocios*. Ed. Díaz de Santos.

De forma resumida se establece la matriz FODA:

Tabla 2: Matriz FODA

MATRIZ FODA	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	<p>Estrategias FO</p> <p>Cuando se usan las fortalezas para aprovechar las oportunidades.</p>	<p>Estrategias DO</p> <p>Se aprovechan oportunidades superando debilidades.</p>
Amenazas (A)	<p>Estrategias FA</p> <p>Mediante las fortalezas se evitan las amenazas.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>Se crean para reducir debilidades y evitar amenazas.</p>

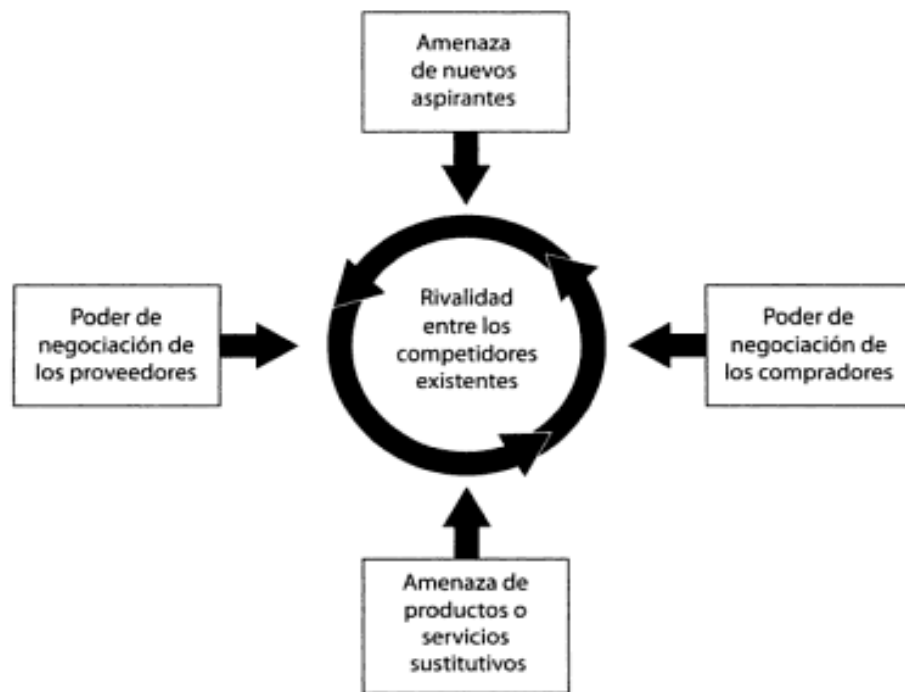
Elaborado por: Rodríguez J 2005.

Fuente: Adaptado de Rodríguez J (2005). *Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. Ed. Thomson. México.

2.1.10 FUERZAS DE PORTER.

El modelo de las cinco fuerzas de competencia es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias. Según Michael Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria determinada es vista como el conjunto de cinco fuerzas:

Imagen 13: Las 5 Fuerzas de Michael Porter



Elaborado por: Porter, 2009.

Fuente: Adaptado de (Porter, 2009). *Ser Competitivo*. Ed. Deusto. España

Rivalidad entre empresas competidoras: es la más poderosa de las 5 fuerzas competitivas. Define que las estrategias que sigue una empresa para que tenga éxito, se obtienen en la medida que proporcionen una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales. Los cambios en la estrategia de una empresa se enfrentan por medio de las acciones contrarias, como la

reducción de precios, el mejoramiento de la calidad, la adición de características, la entrega de servicios, la prolongación de las garantías y el aumento de la publicidad.

Entrada potencial de nuevos competidores: se basa en que los estrategas deben identificar a las empresas nuevas que entran a la industria con productos de excelente calidad, precios bajos, que tienen la posibilidad competir en el mercado, y vigilar las estrategias de estas nuevas empresas rivales, contraatacando si es necesario y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes.

Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos: Las empresas compiten de cerca con fabricantes de productos sustitutos de otras industrias. Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme cuando el precio relativo de estos productos declina y conforme el costo por el cambio de clientes se reduce. La fortaleza competitiva de los productos sustitutos se mide por los avances que éstos obtienen en la participación en el mercado, así como por los planes que tienen las empresas para aumentar su capacidad y penetración en el mercado.

Poder de negociación de los proveedores: afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando existen muchos proveedores, cuando hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o cuando el costo de cambiar las materias primas es demasiado alto. Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, desarrollo de nuevos servicios, entregas a tiempo y costos de inventarios reducidos para mejorar la rentabilidad a largo plazo en beneficios de todos.

Poder de negociación de los consumidores: es cuando los clientes están concentrados en un lugar, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Las empresas rivales ofrecen garantías prolongadas o servicios especiales para ganar la lealtad de los clientes, siempre que el poder de negociación de los consumidores sea significativo. El poder de negociación de los consumidores es también mayor cuando los productos que se adquieren son poco diferenciados, cuando esto ocurre los consumidores negocian precio de venta, cobertura de la garantía y paquetes adicionales en mayor grado. (Fred, 2003)

2.2 Marco Referencial.

Para efectuar un análisis adecuado es importante conocer proyectos en los cuales se hayan implementado Modelos de Responsabilidad Social, que permitan determinar los factores influyentes en cuanto al estudio del segmento al cual está dirigido mi Trabajo de Titulación, para comparar y brindar un Modelo de Responsabilidad Social factible para la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC.

2.2.1 PROGRAMA KAISEN: aplicado a la empresa SALUD S.A.

La empresa Salud S.A. se encarga de entregar soluciones para protección y cuidado de la salud. En corto tiempo se ha convertido en la firma más importante de medicina prepagada del país, expandiendo sus actividades a nivel Nacional.

La cultura de Salud S.A. se ha basado en el mejoramiento continuo, lo que ha permitido el fortalecimiento de la organización, plasmando el cumplimiento de uno de los valores corporativos que es “siempre podemos mejorar lo que hacemos”, así como también la sinergia de equipos de trabajo que buscan

mejorar sus procesos, aumentar su desempeño y sentir que se encuentran en una de las mejores empresas para trabajar.

El área de Innovación y PMO de Salud S.A., en el año 2009, arranca con el Programa Kaizen; dirigido a todas las áreas de la empresa y cuyo objetivo es crear una cultura de mejora continua y trabajo en equipo. El programa Kaizen se basa en la identificación de problemas en el lugar de trabajo y la búsqueda de soluciones, mediante una metodología sencilla, didáctica y estructurada.

Los proyectos desarrollados han tenido un gran impacto en las áreas estratégicas de la empresa; generando ahorros importantes para la organización, mejora del clima laboral y sobre todo un alto impacto en la satisfacción de nuestros clientes.

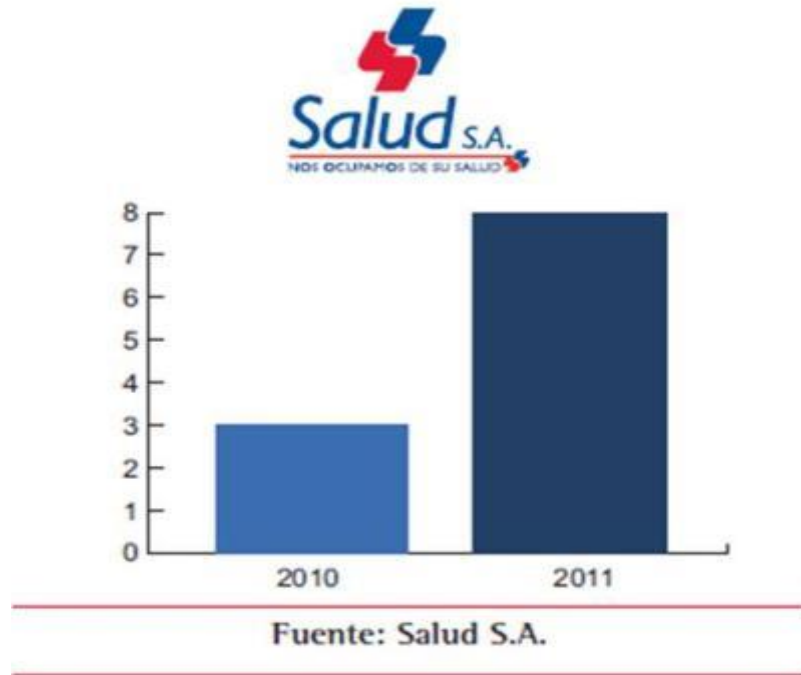
Resultados:

Gracias a la implementación de esta iniciativa en los dos años de vigencia del programa, se han realizado 11 proyectos de mejora continua con diferentes alcances e impactos.

El programa Kaizen es sostenible gracias al apoyo de la gerencia general y al acompañamiento permanente de cada área, el cual por medio de un adecuado programa de capacitación y el compromiso de la gente permitirá a la empresa mantenerse en la línea de la innovación y las mejores prácticas empresariales.(Brito, 2011)¹⁰

¹⁰EKOSnegocios: revista que contiene toda la información de negocios y empresas del Ecuador y Perú.

Imagen 14: Resultados Programa Kaisen



Elaborado por: Brito, 2011.
Fuente: Revista EKOSnegocios

2.2.2 Seguridad y Protección Nacional CIA. LTDA. (SEPRONAC) es Seguridad con alma Social.

Es una empresa cuyo objetivo principal es proporcionar con su contingente humano logístico y tecnológico un insuperable servicio de seguridad integral ligado a la excelencia y actuando con responsabilidad social. Su finalidad es ser una compañía sostenible y, de forma paralela, buscar un impacto social en la comunidad. Esto hace que sea una empresa involucrada con su idea de negocio, respaldada con colaboradores que trabajan en equipo con mucha ilusión y con razón.

La empresa está consciente que para ser sostenible y al mismo tiempo rentable es necesario orientar sus esfuerzos a mejorar y ser constantes en sus prácticas

diarias. Desde el año 2002 cuentan con acciones puntuales de Responsabilidad Social mediante el desarrollo de actividades que contribuyen a las condiciones de seguridad de la comunidad y sobre todo apostando a sus colaboradores, con iniciativas que transformen y mejoren el estilo de vida de cada uno de sus colaboradores.

Estrategia de RSC DE SEPRONAC CIA. LTDA.

Programas basados en nuevos puntos: inspirando, comunicando, escuchando, agradeciendo, desarrollando, cuidando, contratando, celebrando y compartiendo. En cada uno de estos puntos se han establecido programas internos. Cuya cultura organizacional es “Somos personas honestas y lo hacemos con el corazón”. Queremos ser la mejor empresa de seguridad y creemos en la buena fe de las personas. Nos respaldamos en reglamentos internos.

Resultados:

A través de las estrategias de RSC, SEPRONAC ha conseguido que en los últimos tres años no se haya perdido un solo cliente y la baja rotación del personal que es del 1,5%, frente a un sector en donde el promedio de rotación es del 10%. (Cabezas, 2002)

1.3 Marco Legal

Primeramente se debe partir de la Constitución de la República del Ecuador que es un conjunto de leyes fundamentales que fija el Estado y determina los derechos y obligaciones básicas de los ciudadanos y gobernantes. Dicha Constitución consta de nueve títulos conformados por capítulos que son divididos en secciones que componen artículos.

Los títulos que están relacionados con el Tema de Responsabilidad Social son:

El Plan del Buen Vivir en la Constitución

Título II: Derechos

Capítulo segundo

Derechos del Buen Vivir

Sección primera

Agua y alimentación.

En el capítulo segundo de los Derechos del Buen Vivir en la sección primera según el artículo número doce de la Constitución del Ecuador todos los ecuatorianos tienen el derecho irrenunciable al agua debido a que es un recurso no renovable necesario para la vida. Este artículo tiene relación con el Plan Nacional del Buen Vivir en el objetivo número tres explica sobre mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y en el objetivo cuatro explica sobre el cuidado del medio ambiente. (Véase Anexo 1)

Sección segunda

Ambiente sano

En la sección segunda en el artículo catorce de la Constitución del Ecuador se establece el derecho de los ciudadanos a vivir en un ambiente saludable, garantiza la sostenibilidad del medio ambiente, además se expresa el interés público por la preservación y cuidado del medio ambiente, conservar los diferentes ecosistemas, así como prevenir y mitigar el daño ambiental. (Véase Anexo 1)

En el artículo quince de la sección segunda, expresa que el estado ecuatoriano promoverá en los sectores públicos y privados la utilización de tecnologías ambientales que no contaminen el entorno, la aplicación de nuevas y mejores energías alternativas para mitigar la contaminación existente actual. (Véase Anexo 1)

Ambos artículos tienen relación con los objetivos números tres y cuatro del Plan Nacional del Buen Vivir donde se promueve mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos como garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y saludable.

Sección séptima

Salud

En la sección séptima del tema de la Salud en el artículo treinta y dos de la Constitución, explica que los ecuatorianos tienen el derecho irrenunciable a la salud y para alcanzarlo en su totalidad se correlaciona con otros derechos sobre el agua, alimentación, educación, seguridad social que logren el buen vivir. Estos derechos se garantizaran por medio de políticas culturales, económicas, sociales y ambientales. Al ofrecer estos servicios se regirían con los principios éticos de igualdad, equidad, solidaridad, eficiencia y eficacia.

Este artículo tiene relación con los objetivos números tres y número nuevo en los cuales se busca mejorar la calidad de vida de la ciudadanía ecuatoriana y garantizar la vigencia de los derechos. (Véase Anexo 1)

Sección octava

Trabajo y seguridad social

En la sección octava sobre el trabajo y seguridad social en el artículo treinta y cuatro de la constitución se establece como derecho y deber social el trabajo debido a que es un medio de realización personal como una fuente de ingresos en la economía, el estado garantiza a los ciudadanos el respeto a su dignidad y remuneración justa de acuerdo al trabajo realizado.

En el artículo treinta y cuatro menciona sobre la seguridad social que se regirá por medio de los principios éticos de solidaridad, igualdad, universalidad, transparencia, eficaz y eficiente.

Ambos artículos se relacionan con el objetivo número seis del Plan Nacional el cual garantiza el trabajo estable, justo y digno en sus diversas formas. (Véase Anexo 1)

Capítulo Sexto

Derechos de Libertad

En el capítulo sexto sobre los derechos de libertad en la constitución el artículo sesenta y seis numeral quince se establece el derecho a realizar actividades económicas ya sea en forma individual o colectiva y deben ser bajo los principios de solidaridad y responsabilidad social y ambiental. (Véase Anexo 1)

TÍTULO VI: Régimen de Desarrollo

Capítulo primero

Principios generales

En el capítulo primero del Desarrollo del Buen Vivir según el artículo número doscientos setenta y cinco de la Constitución del Ecuador se establecen modificaciones e innovaciones elementales de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que proyectará el desarrollo del país para certificar el cumplimiento de los derechos, la consecución de los objetivos que ideará la equidad social y territorial. El buen vivir proyectará que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades posean efectivamente de sus derechos, y desempeñen sus responsabilidades en el marco de la interculturalidad. (Véase Anexo 1)

En el capítulo primero del Desarrollo del Buen Vivir según el artículo número doscientos setenta y seis de la Constitución del Ecuador establece objetivos para mejorar la calidad de vida, construyendo un sistema económico justo que permita la generación de un trabajo digno y estable, que permita fomentar la participación en todas las fases de los sectores, promoviendo la diversidad cultural y manteniendo un ambiente sustentable. (Véase Anexo 1)

En el capítulo primero del Desarrollo del Buen Vivir según el artículo número doscientos setenta y siete de la Constitución del Ecuador garantiza la consecución del buen vivir, donde se respeta el cumplimiento de los derechos de las personas y naturaleza, la proyección y administración del proceso de desarrollo, la elaboración de las políticas públicas, producción de bienes y proveer servicios públicos, impulsando al desarrollo de las actividades económicas, así tal como la ciencia, tecnología, artes y en general las

actividades de la iniciativa colectiva, asociativa, cooperativa y privada. (Véase Anexo 1)

En el capítulo primero del Desarrollo del Buen Vivir según el artículo número doscientos setenta y ocho de la Constitución del Ecuador participar en todas las fases de gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local con la liquidación y control de la realización de los planes de desarrollo en todos los niveles. Producir y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental. (Véase Anexo 1).

1.4 Marco Conceptual

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Es una organización internacional intergubernamental formada por Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Noruega, Holanda, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía, Japón, Finlandia, Australia, Nueva Zelanda, México, República Checa, Hungría, Polonia, Corea y Eslovaquia.

Las líneas directrices son recomendaciones dirigidas a las empresas multinacionales en las que se enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables. La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (European Foundation for Quality Management).

Es una organización sin ánimo de lucro cuyo ámbito es Europa y su sede está en Bruselas, el número de miembros que lo conforman es mayor a los 700.

Es el creador y el encargado del premio de a la excelencia EFQM Excellence Award (EEA) que reconoce la Excelencia en Gestión en las organizaciones.

Propietaria del Modelo de Excelencia EFQM y la que se encarga de actualizarla con las buenas prácticas en aquellas organizaciones dirigidas al tema de la Excelencia en Gestión.

Social Accountability International: Normativa SA8000.

Normativa que establece objetivos a cumplir por las organizaciones en relación con los derechos humanos y las condiciones en los lugares de trabajo. Incluye el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y la salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y las responsabilidades de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.

ISO 26000

Esta norma internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y sobre las maneras de integrarla en las estrategias, sistemas, prácticas y procesos de la organización.

PRAXIS

Es una empresa con una importante experiencia nacional e internacional. Desde sus inicios en el año 2001 ha acumulado una destacada trayectoria de consultoría y capacitación para prestigiosas empresas y organizaciones de gobierno y sin fines de lucro. El área de especialización de la compañía se

encuentra en los temas de gestión de excelencia, liderazgo, estrategia, gestión humana y gestión de procesos. La empresa ha sido constituida con la participación de destacados expertos con amplia experiencia en consultoría y capacitación.

(<http://www.praxis.com.pe/portal/>)

Global Excellence Model Council (GEM).

Consiste en organizaciones que son reconocidas a nivel mundial como los guardianes de Modelos de Excelencia y los procesos de adjudicación en su bloque geográfico región, área o de negociación específica. Estas organizaciones sin fines de lucro ofrecen el aprendizaje mutuo y el intercambio de buenas prácticas e iniciativas, y mantener el acceso directo a los sectores públicos y privados. Ellos ponen su misión en la explotación de la Excelencia comercial a corto plazo.

Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ).

Es una organización supranacional apoyada y constituida por algunas empresas, sin ánimo de lucro, que está promoviendo y desarrollando la Gestión Global de la Calidad en el ámbito Iberoamericano. La asociación fue constituida el 18 de Marzo de 1998 e integra la experiencia de otros países con los desarrollos actuales en la implantación de modelos y sistemas de excelencia, para conseguir que sus miembros mejoren su competitividad y consoliden su posición competitiva internacional.

Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA).

El Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige reconoce a las organizaciones de Estados Unidos en el negocio, cuidado de la salud, la educación y los sectores sin fines de lucro para la excelencia en el desempeño. El Premio Baldrige es el único reconocimiento formal de la excelencia en el desempeño de

las organizaciones públicas y privadas de los Estados Unidos dadas por el Presidente de dicho país. Es administrado por el Programa de Excelencia en el Desempeño Baldrige, gestionado por el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología, una agencia del Departamento de Comercio de EE.UU.

Red Iberoamericana de la Excelencia en la Gestión (REDIBEX).

Es una red flexible de intercambio que tiene como propósito primordial, ser un foro permanente de cooperación para generar sinergias y fortalecer a los Premios Nacionales de Calidad y Competitividad como impulsores de la competitividad y con ello, mejorar la capacidad de gestión de las organizaciones de Iberoamérica.

Propósito:

- Fortalecer los Premios Nacionales de Iberoamérica así como el desempeño de las organizaciones que los coordinan.
- Generar un marco de cooperación que permita estandarizar métodos, procesos y herramientas.
- Contar con un bloque geográfico, que facilite el desarrollo de acciones comunes para beneficio de los países y la región.
- Disponer de un proceso de comparación referencial permanente. (www.redibex.org) (REDIBEX).

Global Reporting Initiative (GRI).

Es una organización líder en el campo de la sostenibilidad, promueve el uso de las memorias de sostenibilidad como una manera para que las organizaciones sean más sostenibles y contribuyan al desarrollo sostenible.

Estas guías proporcionan un marco de referencia para que una organización informe acerca del desempeño económico, ambiental y social, con independencia de su tamaño, sector o localización y pueden ser utilizadas tanto para pequeñas empresas como en aquellas con gran volumen de operaciones

que operan en distintas áreas geográficas al mismo tiempo.
(<https://www.globalreporting.org>) (Global Reporting Initiative)

Stakeholders: son los públicos interesados, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios, cualquier persona o entidad afectada por las actividades o la marcha de una organización por ejemplo, los trabajadores de una organización, sus accionistas, los sindicatos, las organizaciones civiles y gubernamentales que se encuentren vinculadas, etc.

Clusters: es un sistema al que pertenecen empresas que establecen vínculos de interdependencia para el desarrollo de sus procesos productivos y para la obtención de determinados productos, es decir un conjunto de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente, en torno a sus mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la Administración, pueden mejorar su competitividad.

Supranacional: está por encima del ámbito de los gobiernos e instituciones nacionales y que actúa con independencia de ellos.

Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM).

Es una asociación civil sin fines de lucro, que fue fundada en el año 1935 por representantes de los diversos sectores de la economía, del Gobierno y de las instituciones científicas-técnicas. Los impulsaba el interés de que nuestro país contara con una institución técnica, independiente y representativa, una organización idónea para desarrollar las normas que requería una nación en pleno crecimiento.

(<http://www.iram.org.ar>)

Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER).

Uno de los objetivos es contribuir a la implantación de la Excelencia en la Gestión y la Responsabilidad Social Corporativa en el tejido empresarial de La Rioja, mejorando la competitividad y/o eficiencia de las empresas y organismos que destaquen en la implantación, desarrollo y mejora de su sistema de gestión tomando como referencia el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management). (<http://www.ader.es>)

SOFOFA.

Es una Federación Gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno.

Agrupada a cerca de 2.500 empresas, 39 asociaciones sectoriales y 8 gremios empresariales regionales, representados por las Asociaciones Industriales de Arica, Antofagasta, V Región, Curicó, Talca, Concepción, IX Región (Malleco y Cautín) y Valdivia. Todos estos miembros en conjunto engloban el 100% de la actividad industrial de Chile y el 30% del Producto Interno Bruto (PIB). (<http://web.sofofa.cl>)

La Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total (CECT).

Tiene por misión y Política de Calidad, introducir la Cultura de la Calidad Total en las empresas ecuatorianas, satisfaciendo sus requerimientos, así como los requerimientos legales reglamentarios, contribuyendo a mejorar su nivel competitivo, para llegar a convertirse en el referente de la calidad y competitividad, mediante el Modelo de Excelencia Administrativa "Malcolm Baldrige".

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

3.1 Metodología de la Investigación.

Para realizar un estudio de mercado es importante establecer un proceso determinado por etapas que permitan el análisis de datos para el adecuado análisis de la aceptación que tendría el Modelo de Responsabilidad Social en la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC. La metodología de la investigación de mercado lo integran etapas, las cuales se ajustan según la finalidad que tiene la investigación. (Fernández Á. , 2004).

3.1.1 Planteamiento Inicial.

En este primer paso es necesario determinar cómo se encuentra el mercado donde se desea emplear este trabajo, por lo tanto, es necesario identificar la problemática que indujo la realización de este tema, a través de un análisis para establecer objetivos y de esta manera determinar factores favorables que permitan su resolución.

Por esta razón es muy importante tener una visión clara de lo que sucede en el entorno, en cuanto a cómo se está llevando el tema de Responsabilidad Social en las empresas, si hay la debida preocupación por la contribución al mejoramiento social, económico y ambiental. Y si las actividades que desarrolla la empresa generan repercusiones positivas sobre la sociedad.

3.1.2 Planificación de la Investigación.

Este segundo paso, permite determinar los métodos de recolección de datos, que son la forma más apropiada para compilar información para que la investigación tenga un impacto positivo, esto se puede realizar a través de ciertas herramientas o instrumentos como entrevistas, encuestas, fichas, etc.,

que permitirán realizar una investigación efectiva. Las fuentes de información pueden ser secundarias y primarias.

Fuentes secundarias: son las que facilitan datos o información previamente elaborados, ya sean estadísticos, revistas, libros, informes; que permitan tener una visión más clara de la investigación. Este trabajo de titulación se enfocará, en la recolección de información acerca de los modelos de responsabilidad Social que hayan implementado en otras empresas y los resultados que estas hayan obtenido, los cuales permitirán deducir el análisis real en el cual se desarrolla esta investigación.

Fuentes primarias: para esta fuente es importante obtener los datos directamente en el mercado al cual se dirige, para despejar las dudas que se tienen de dicho sector. Dentro de las técnicas aplicadas en las fuentes primarias se encuentran:

Investigación exploratoria: Se aplican técnicas cualitativas, para determinar puntos de vista de ciertos individuos importantes para llevar a cabo la investigación. Las técnicas que más se utilizan son las entrevistas a profundidad, observación, reuniones en grupo.

Investigación descriptiva: Se aplican técnicas cuantitativas, dado que se espera obtener información directa del mercado al que se encuentra dirigido el trabajo de titulación, la más utilizada son las encuestas.

Para el análisis de este trabajo de titulación es importante utilizar las fuentes primarias mediante una investigación de mercado que involucre de forma directa al segmento que se pretende dirigir, que será a través de las encuestas, de esta manera se conocerá la apreciación que tienen los clientes de la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, de que se implemente un

modelo de Responsabilidad Social en dicha empresa, y que se ajuste a las necesidades de la empresa, para un mejor desarrollo.

3.1.3 Recolección de Datos.

Después de haber determinado la técnica correspondiente para el estudio, es necesario aplicar y realizar la respectiva recolección de información, mediante se determinan los diferentes individuos que proporcionarán la información.

Para la investigación descriptiva, esencialmente para la encuesta es imprescindible determinar una proporción del mercado objetivo que permita llevar a cabo la investigación, por consiguiente se determina a través de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= es el tamaño de la muestra, es decir parte de la población que será investigada a través de encuestas.

z= es el nivel de confianza. Para este caso utilizaremos un 95%, dado que se espera hacer una investigación que permita determinar bajo niveles de error. De acuerdo a la tabla de Distribución Normal Z= 1,96.

p= es la variabilidad positiva, aquella proporción esperada.

q=es la variabilidad negativa, al contrario de “p” es aquella no esperada. Dado a que no existe un estudio previo. Tanto para “p” como “q” se asume un valor de 0,5 que es el que normalmente se toma para obtener una muestra representativa.

N = es el tamaño de la población.

e = es el margen de error, de acuerdo al nivel de confianza, (Baca, 2011).

3.1.4 Tratamiento y Análisis de la Información.

Una vez obtenido las referencias primarias y secundarias, se deben analizar los datos que dio la investigación, con el propósito de cumplir con los objetivos esperados del estudio de mercado.

3.1.4.1 Técnicas tradicionales de análisis de datos.

Técnica cualitativa: esta técnica brinda cualidades, experiencias, información específica, que están vinculadas directamente al tema de estudio. Sus datos se expresan verbalmente mediante una grabación o informe se puede sostener la misma; por ejemplo las entrevistas, grupo focal, observación.

Técnica cuantitativa: Sus datos se presentan numéricamente, estos se clasifican, registran, tabulan y se simbolizan, mediante tablas o gráficos que permitan un análisis reducido.

Según las diferentes técnicas de investigación se determina un análisis general que refleje datos particulares de las encuestas que permitan determinar las características del segmento en lo que se refiere a la apreciación que tienen los clientes acerca de que se implemente un modelo de Responsabilidad Social en SOELEC. Para este trabajo las encuestas serán efectuadas a los clientes con los que cuenta la empresa, puesto que es el segmento objetivo.

3.1.5 Elaboración de Informe.

Como último punto se debe presentar la información en forma resumida, donde se puedan apreciar los resultados de la investigación, los mismos que al sintetizarlos permita dar una idea clara de la apreciación que tienen los clientes,

acerca de que se implemente un modelo de Responsabilidad Social en SOELEC, y establecer las conclusiones que permitan cumplir con los objetivos de la investigación.

3.2 Objetivos

- Determinar la apreciación que tienen los clientes con respecto a la implementación de un modelo de Responsabilidad Social a la empresa SOELEC.
- Determinar cuáles son las exigencias de los clientes de SOELEC en cuanto a la calidad del producto, servicio, entrega del mismo, atención brindada, y el cuidado del medio ambiente.
- Establecer las expectativas de los clientes acerca de los beneficios que se obtendrán al aplicar un modelo de Responsabilidad Social en SOELEC.
- Determinar los beneficios que obtendrá la empresa al implementar un modelo de RSE.

3.3 Diseño de la Investigación

3.3.1 Muestra/selección de los clientes.

Para determinar la muestra es necesario conocer el tamaño de la población a la cual se va a enfocar el estudio previo, para luego establecer un análisis y determinar las mejores estrategias para implementar un Modelo de Responsabilidad Social en la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC.

La población a la que va a dirigirse la investigación la conforman los 201 clientes que tiene la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, este Trabajo de Titulación va enfocado a los que trabajan de forma independiente, puesto que es el sector que se encargará de distribuir grandemente nuestros productos y servicios, cuyos clientes son Ingenieros Eléctricos, es el sector que cuenta

con opinión necesaria para determinar la calidad del producto y servicio que reciben.

Por lo tanto, se debe establecer una cantidad representativa que permita establecer la viabilidad del trabajo determinando un tamaño de muestra a través de la siguiente fórmula:

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

n Tamaño de muestra	?
Z Nivel de confianza	1,96 (95%)
P Variabilidad positiva	0,5
Q Variabilidad negativa	0,5
N Tamaño de la población	201 clientes
E Margen de error	5%

Cálculo:

n=	?
N=	201,00
e=	5% = 0,05
Z=	95% = 1,96
p=	0,5
q=	0,5

$$n = \frac{201 * 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}{(201 - 1) * (0,05)^2 + ((1,96)^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{193,04}{1,46}$$

n= 132,18 # muestras

A través de esta fórmula se determinó el tamaño de la muestra a considerar para la investigación que dio como resultado los 133 clientes a encuestar para conocer la apreciación de los mismos acerca de los criterios a implementarse en el nuevo modelo de Responsabilidad Social, donde el margen de error es de un 5%, es decir; que se obtendrá un resultado que ayudará a la compañía a obtener grandes beneficios que ayuden al crecimiento organizacional.

3.3.2 Técnicas de recogidas de datos.

3.3.2.1 Información primaria.

Investigación de forma cuantitativa.

- Cuantitativa por medio de encuestas a los clientes que forman parte de la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, en la ciudad de Guayaquil.(Anexo Modelo de encuesta)
- Donde se espera abarcar los 201 clientes que forman parte de la empresa en Guayaquil, una pequeña proporción de la totalidad de los clientes que maneja la empresa.

3.4 Presentación de los resultados de encuestas.

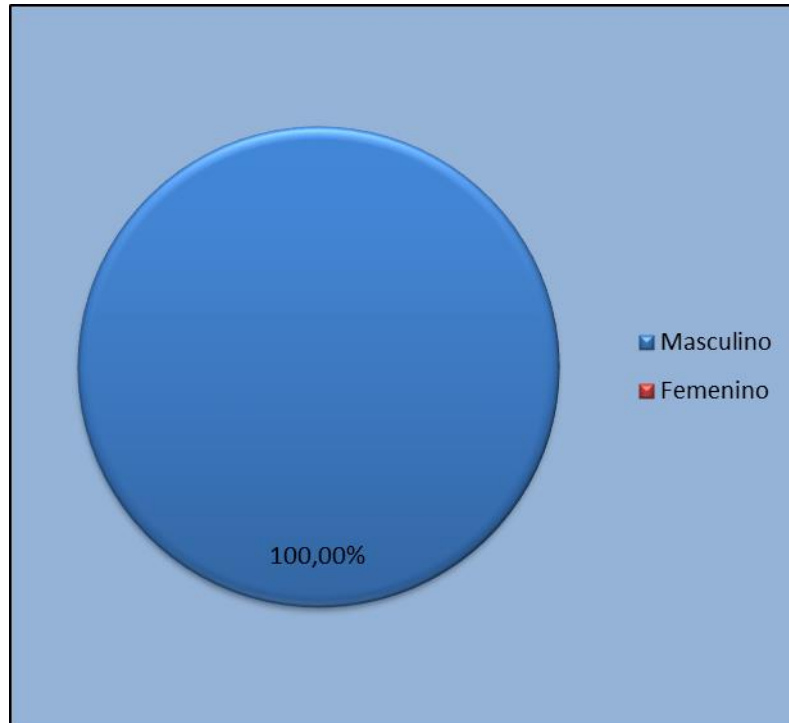
El trabajo de campo para las encuestas fue realizado en el mes de febrero del presente año en la ciudad de Guayaquil, donde se tomaron en cuenta los clientes que tiene la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, que es el segmento directo para obtener la información necesaria y determinar resultados.

Entre los clientes encuestados se encuentran los que trabajan de forma independiente, puesto que este segmento es el que se encarga de distribuir los equipos de forma masiva, por consiguiente donde hago el enfoque acerca de su apreciación de que se implemente un modelo de Responsabilidad Social en la empresa.

La recolección de la información fue personal, con el objetivo de evaluar información cuantitativa y a su vez obtener los datos necesarios para posteriormente establecer conclusiones. Una vez finalizadas las encuestas en el sector establecido, se tabuló la información obtenida de las 133 encuestas de la siguiente forma:

Género

Gráfico 1: Género.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

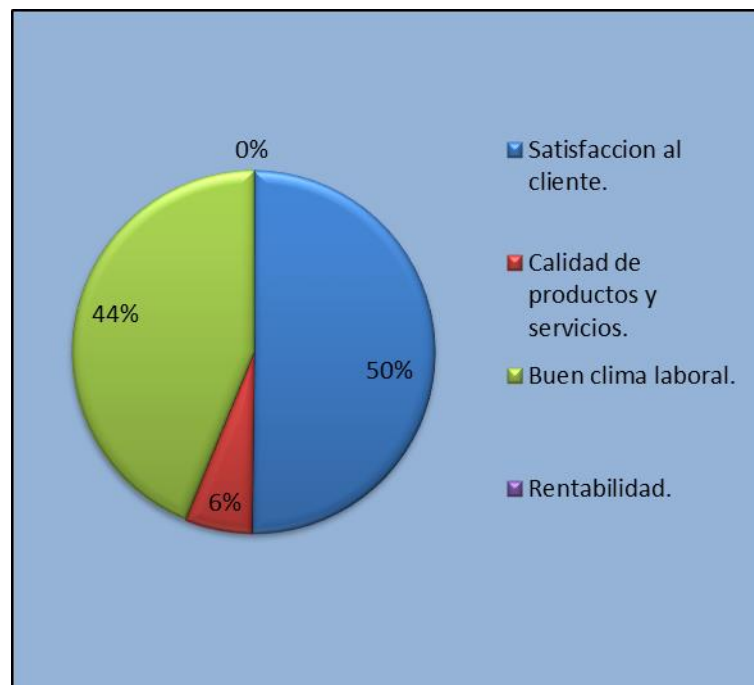
Análisis de los resultados:

El 100% de los encuestados que son los clientes de la empresa, fueron solamente hombres que pertenecen a la rama de Ingenieros Eléctricos.

Pregunta N.- 1

¿Qué criterios considera Ud. más importantes para determinar el nivel de excelencia en una empresa?

Gráfico 2: Criterios para el Nivel de Excelencia de la Empresa.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

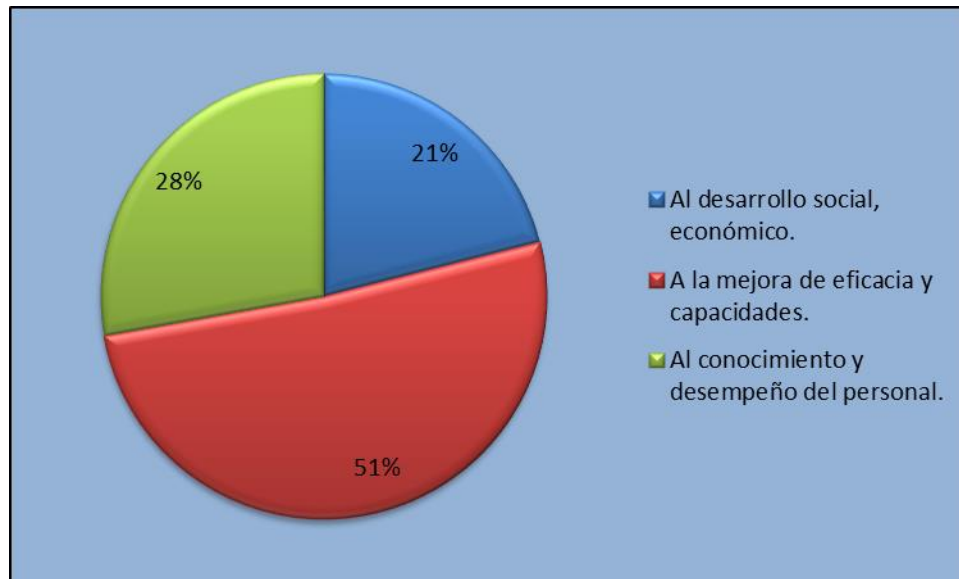
Análisis de los resultados:

A partir de esta pregunta se puede constatar, que los criterios más importantes que los clientes consideran para establecer un nivel de excelencia en una empresa, son la satisfacción que se les proporcione representada con un 50%, y en segundo lugar que exista un buen clima laboral con un 44%.

Pregunta N.- 2

Para obtener mejores resultados, las empresas deben orientarse:

Gráfico 3: Orientación de las Empresas.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

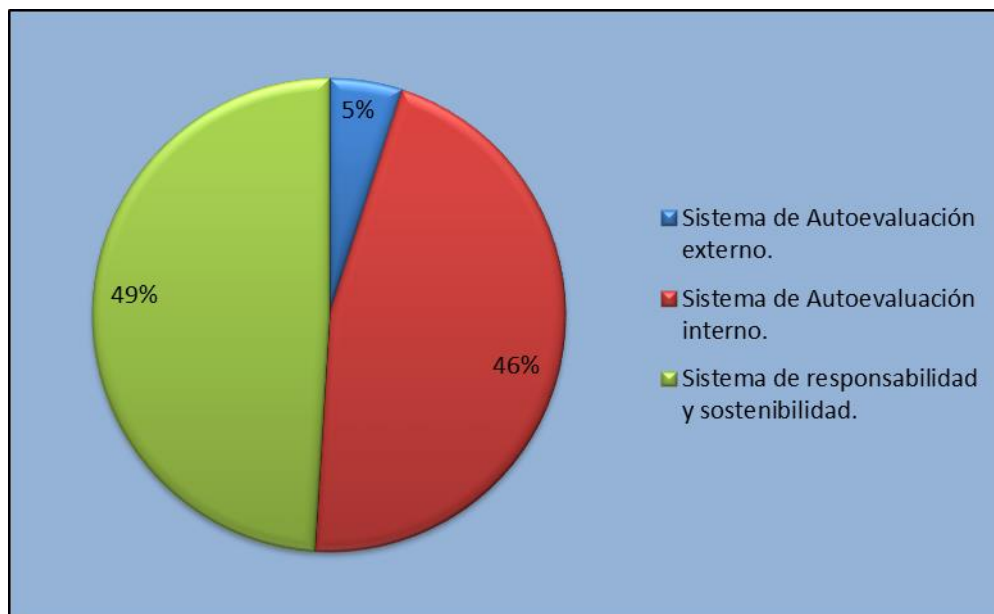
Análisis de los resultados:

Podemos notar en el gráfico No 17, que como respuesta, los clientes aprecian que para obtener mejores resultados las empresas deben orientarse al conocimiento y desempeño de los trabajadores, representado con un 51%, esto significa que consideran que es el factor más importante en comparación con la mejora de eficacia y capacidades representado con un 28%, y el desarrollo social – económico 21%.

Pregunta N.- 3

¿Qué sistemas de evaluación cree Usted que se podrían aplicar a las empresas para medir su desempeño?

Gráfico 4: Sistemas de Autoevaluación para las Empresas.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

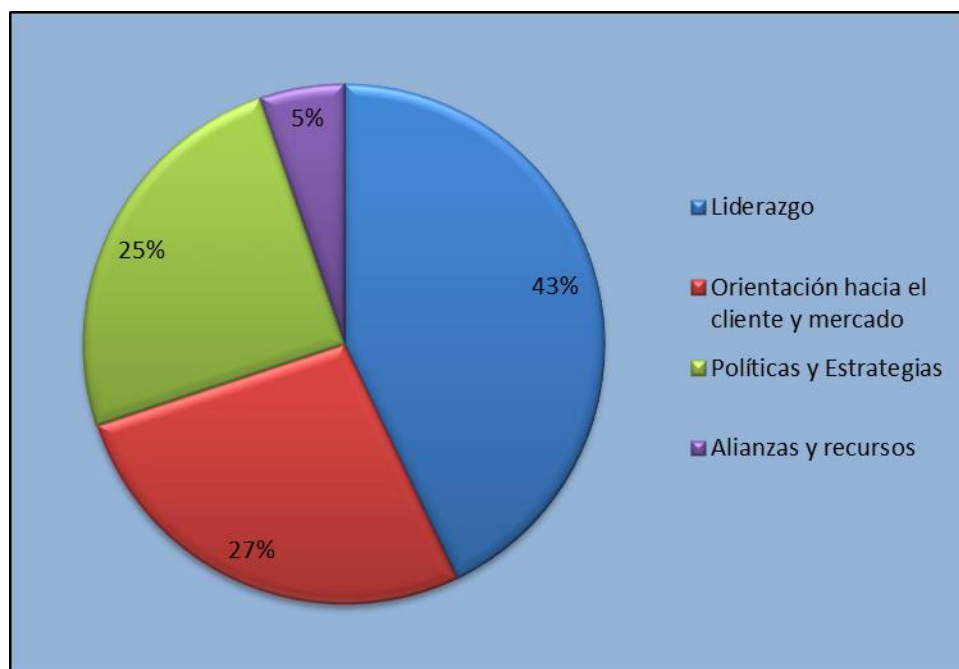
Análisis de los resultados:

En este análisis podemos medir, que el sistema de evaluación que los clientes esperan que apliquen las empresas, para medir el desempeño es el de Responsabilidad y sostenibilidad con un 49%, quedando en segundo lugar con una mínima diferencia el Sistema de Autoevaluación Interno con un 46%.

Pregunta N.- 4

Para crear un modelo de Responsabilidad Social en la empresa SOELEC, ¿Qué criterios cree Usted que podrían aplicarse?

Gráfico 5: Criterios para Modelo de RS.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

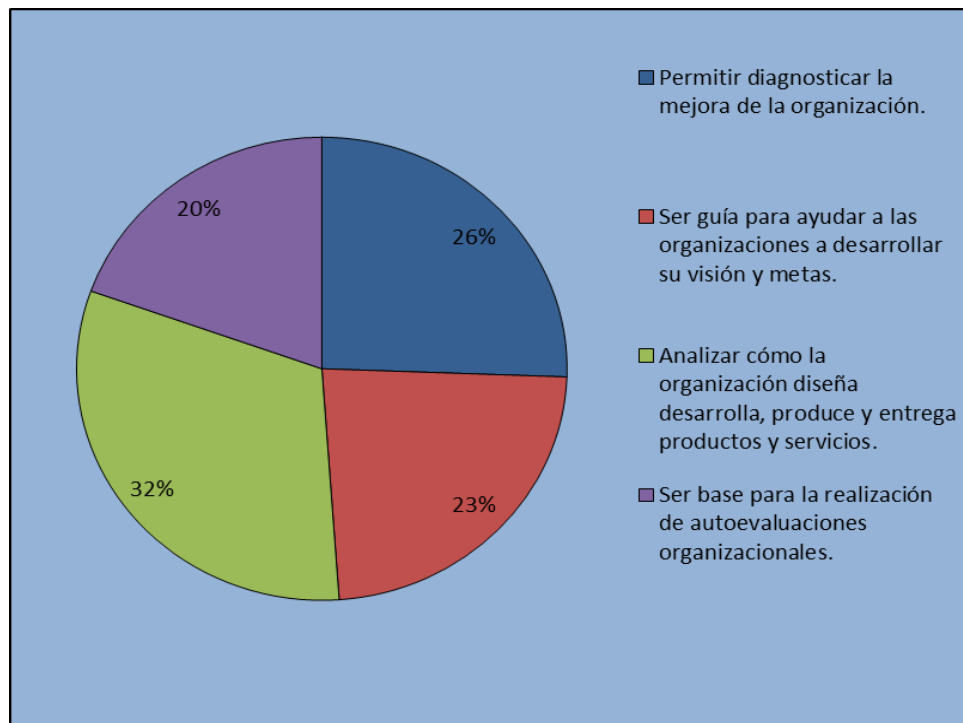
Análisis de los resultados:

En su gran mayoría, los resultados de esta pregunta se inclinaron que para crear un modelo de Responsabilidad Social en SOELEC, sería factible que se tome en cuenta en primer lugar al liderazgo representado con el 43%, aportando así, que trabajando en equipo y con entusiasmo se consigue el logro de las metas y objetivos. Seguido por la orientación hacia el cliente y mercado con un 27%.

Pregunta N.- 5

¿Qué características cree Usted que debe contener el modelo de Responsabilidad Social para SOELEC?

Gráfico 6: Características para el Modelo de RS.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

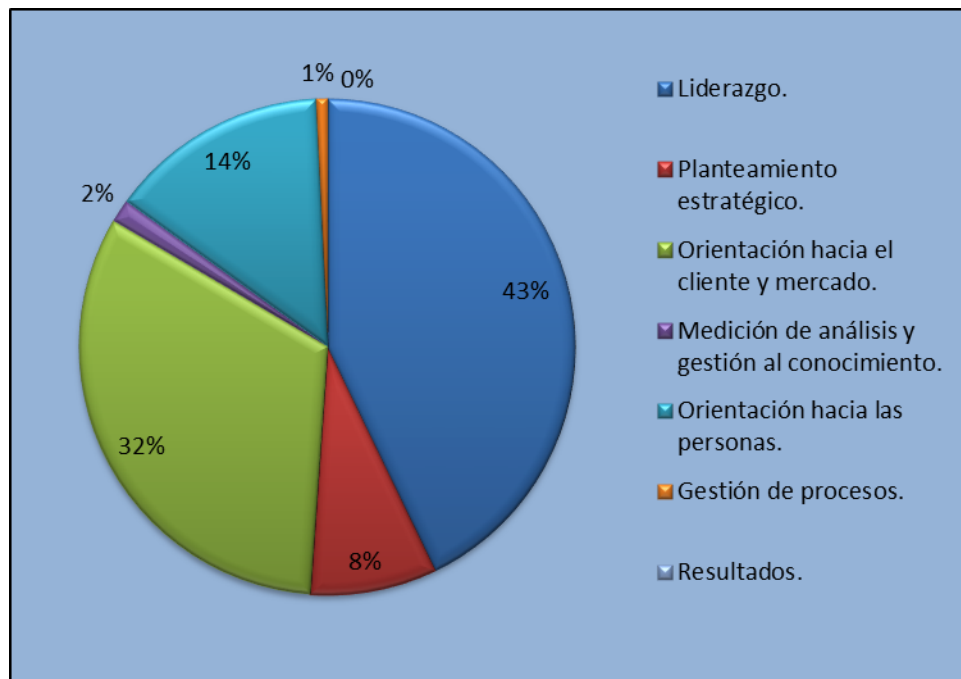
Análisis de los resultados:

Los clientes de Soluciones Eléctricas S.A., determinaron que las características que debe contener el modelo de Responsabilidad Social, es que permita analizar cómo la organización diseña, desarrolla, produce y entrega sus equipos y servicios, permitiendo así controlar las obligaciones que tiene la empresa para con el cliente, representado en un 31%, y en segundo lugar que permita diagnosticar la mejora de la organización con un 26%.

Pregunta N.- 6

De los siguientes criterios, ¿Cuáles escogería Usted como guía para el desarrollo de un nuevo Modelo?

Gráfico 7: Criterios para el nuevo Modelo de RS.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

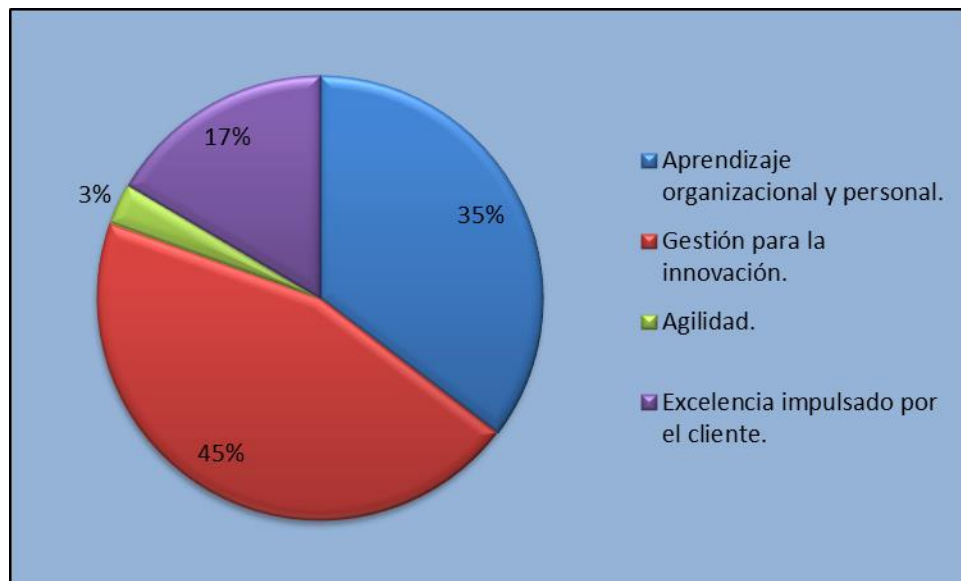
Análisis de los resultados:

Los clientes de la empresa, consideran que para el desarrollo del modelo de Responsabilidad Social se debería tomar en cuenta el criterio del liderazgo, cabe recalcar que si existe un excelente liderazgo habrá un equipo que trabaje con entusiasmo y alcanzarán las metas y objetivos de la empresa, representado con un 43% de la población encuestada, seguido por el criterio de orientación hacia el cliente y mercado con un 32%.

Pregunta N.- 7

Para el desarrollo del modelo de Responsabilidad Social, ¿Qué valores cree Usted que deben considerarse?

Gráfico 8: Valores para el Modelo de RS.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

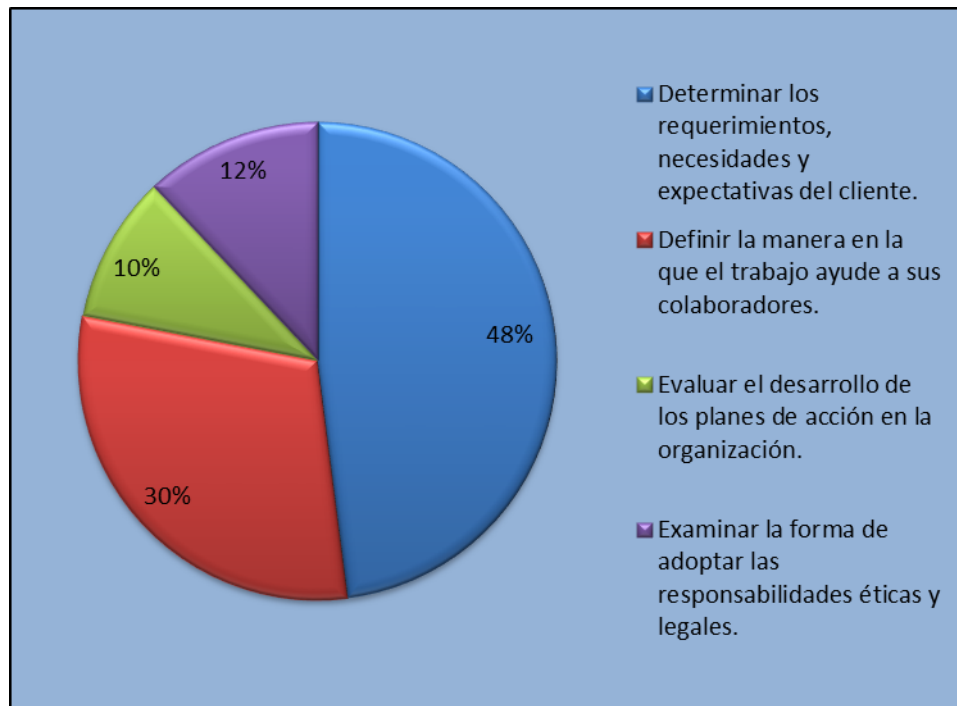
Análisis de los resultados:

Podemos notar que de los 133 clientes encuestados, el 45% se inclina que los valores que deben considerarse para el desarrollo del Modelo es la Gestión para la innovación, siendo para los clientes importante que existan nuevas ideas que se ajusten a las necesidades para lograr alcanzar las metas organizacionales, quedando en segundo lugar el aprendizaje organizacional y personal con un 35%.

Pregunta N.- 8

De los siguientes objetivos, ¿Cuáles le parecen más importantes para el desarrollo eficiente de las empresas?

Gráfico 9: Objetivos para el desarrollo eficiente de las empresas.



Elaborado por Autora
Fuente: Datos de encuesta.

Análisis de los resultados:

Las encuestas reflejaron que sería importante determinar los requerimientos, necesidades y expectativas de los clientes como objetivo principal, para que la empresa tenga un desarrollo eficiente y así cumplir con sus metas organizacionales, representado con un 48%, seguido de definir la manera en que el trabajo ayude a sus colaboradores con un 30%.

3.4.1 Análisis de las encuestas.

A partir de los resultados expuestos anteriormente y a la experiencia obtenida en el proceso de investigación de campo, se concluye factible la implementación de un modelo de Responsabilidad Social para la empresa Soluciones Eléctricas S.A., gracias a las encuestas realizadas éstas reflejaron resultados importantes que al momento de implementarlos serían de gran ayuda para la empresa.

Las preguntas realizadas en la encuesta fueron basadas en la investigación desarrollada en el Marco Teórico antes mencionado, acerca de los 3 modelos de Excelencia conocidos a nivel mundial como son el EFQM, Malcolm Baldrige y el Iberoamericano, los cuales sirven de autoevaluación, permitiendo a las empresas comprobar su buen funcionamiento, rendimiento organizacional, la excelencia y la mejora continua.

De los criterios del Modelo de Excelencia EFQM, los clientes consideraron importante determinar el nivel de excelencia de las empresas; es decir, estas deberán enfocarse en la satisfacción a los clientes y a la importancia de que exista un buen clima laboral así la empresa podrá alcanzar un desarrollo eficiente en sus actividades comerciales.

Además, los clientes se enfocaron en un Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad conjuntamente con un Sistema de Autoevaluación Interno que permita medir el desempeño de las empresas; esto significa, que el Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad sirva como base para el desarrollo de la empresa en lo económico, contribuyendo con el ámbito social y haciendo uso adecuado del entorno natural, posibilitando el incremento de valor para todas las partes interesadas, junto con un Sistema de Autoevaluación Interno permita medir el desempeño del gerente y los colaboradores que conforman la empresa, para así establecer el rendimiento de cada uno de ellos. Tomando en

cuenta estos Sistemas con los criterios escogidos anteriormente por los clientes, se logrará proporcionar valor a los diferentes grupos de interés (clientes, proveedores) contribuyendo al crecimiento de la organización.

Para que la empresa obtenga mejores resultados, los clientes se inclinaron, como primera opción a la mejora de la eficacia y capacidades de toda la organización como lo plantea el modelo de excelencia EFQM contenido en sus 9 criterios junto al conocimiento y desempeño del personal, la compañía obtendría ventajas competitivas frente a la competencia, proporcionando un perfil de fortalezas y oportunidades, relacionados a los requerimientos de desempeño.

Considerando 4 de los 7 criterios que integran el modelo Malcolm Baldrige, los clientes se orientaron en las encuestas al liderazgo y la orientación hacia el cliente y mercado, estos serían factibles involucrarlos en la creación del nuevo modelo de Responsabilidad Social para SOELEC; puesto que el liderazgo juega un rol muy importante dentro de las empresas y como segunda opción deberían enfocarse en los clientes y en el mercado determinando sus necesidades, preferencias y expectativas, permitiendo determinar la forma de satisfacer necesidades y crear lealtad de los usuarios en un negocio.

Los clientes encuestados coincidieron en la comparación establecida en los criterios del modelo de Malcolm Baldrige y EFQM, escogidos como guía para verificar el valor e importancia de los clientes a estos modelos planteados en la pregunta #4 y #6 mencionadas en las encuestas, concluyendo que estos criterios serían los más acertados para aplicarlos como base en el nuevo modelo brindando un resultado efectivo para la compañía.

Para los clientes es muy importante que la compañía entregue productos y servicios de calidad, esto permitirá fortalecerse en el mercado en cual se

desarrolla y compite, a través de un análisis de cómo la organización diseña, desarrolla y produce los equipos, otra de las características importantes involucradas en el nuevo modelo, es permitir diagnosticar la mejora de la organización es decir emprender actividades de aprendizaje, capacitaciones constantes al personal, sistemas de incentivos, técnicas de reducción de problemas, evaluación de competencias existentes en los miembros de la organización, permitiendo identificar todo lo necesario para que las personas sepan, quieran y puedan aportar todo su valor en beneficio de la compañía.

Uno de los valores implicados en el modelo de Malcolm Baldrige es la Gestión para la innovación, el cual los clientes consideraron pilar fundamental para el buen desarrollo de la empresa, esta nace de una idea o necesidad, que con lleva a la empresa a la creación de un producto o servicio para ser aceptado en una industria determinada, permitiendo a la empresa competir en el mercado, en donde se pueden hacer cosas nuevas que aporten para el crecimiento de la compañía. Otro de los valores y conceptos centrales es la excelencia impulsada por los clientes, donde la empresa medirá el grado de importancia que ellos esperan obtener en cuanto a servicio y calidad, y donde los clientes juzgan a partir de sus percepciones, brindando un valor agregado intensificando su satisfacción esto permitirá mantenerlos acogiendo sus preferencias, comprometerlos con la empresa y hacerlos fieles a los equipos y servicios brindados.

Para el desarrollo eficiente de las empresas los clientes esperan se tomen en cuenta sus requerimientos y expectativas, sentirse parte de la compañía, construir buenas relaciones, esto se logrará prestando servicios de buena calidad, permitiendo evaluar el comportamiento de los clientes y la apreciación adquirida de la empresa. Otro objetivo considerado importante por los clientes es la manera en que el trabajo ayude a sus colaboradores; es decir, mantener un equilibrio entre el tiempo al trabajo y tiempo de vida, al descanso, a la

familia, esto hará que los trabajadores no se resistan al cambio, se minimicen temores, estrés y otras actitudes que afecten la relación con el trabajo. Si el trabajo ayuda a sus colaboradores mejorarán sus condiciones, reduciendo gastos, evitando pérdidas y orientando a servir al cliente con mayor eficiencia. Por esta razón estos 2 objetivos están relacionados y al aplicarlos en la compañía permitirá un desarrollo eficiente.

Estos modelos de excelencia fueron diseñados con el fin de ayudar a las organizaciones a mejorar su eficacia y capacidades, proporcionando valor a los clientes y grupos de interés, por consiguiente la aplicación de un Modelo de Responsabilidad Social en SOELEC, se ajustaría a las necesidades de todas las áreas que conforman la empresa, servirá como herramienta para cumplir con valores corporativos, aumentar el desempeño de cada uno de los trabajadores, crear una cultura de mejora continua, trabajo en equipo, y mejora del clima laboral, además mejorar la atención al cliente tanto interno como externo, brindándoles un servicio eficaz, cumpliendo con sus expectativas.

Conclusiones

La finalidad general de la investigación de campo es buscar determinar la aceptación e impacto que el modelo de Responsabilidad Social podría provocaren la empresa y en los clientes, donde a través de las encuestas se determinaron las expectativas y características esperadas de dicho modelo.

Mediante las encuestas se conoció las apreciaciones e ideas de los clientes acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, objetivos, criterios, características, valores, que puede contener dicho modelo, para ser una herramienta utilizada en la empresa para contribuir con la mejora continua de la misma.

Dichas encuestas dieron como resultado la factibilidad de aplicar un modelo de Responsabilidad Social en la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, donde el 100% de los encuestados fueron hombres, puesto son los que se desenvuelven en el sector de la Ingeniería Eléctrica, con las preguntas tomadas como base en los modelos de Excelencia de Responsabilidad Social, los 133 encuestados respondieron, de lo cual se concluye lo siguiente:

1.- Criterios para determinar el nivel de Excelencia en una empresa.

El 50% optó por la Satisfacción del cliente.

El 6% por Calidad de productos y servicios.

El 44% se inclinó por el Buen clima laboral.

2.- Orientación de las empresas para obtener mejores resultados.

El 21% eligió el desarrollo social, económico.

El 51% se inclinó por la mejora de eficacia y capacidades.

Y el 28% por el conocimiento y desempeño del personal.

3.- Sistemas de Autoevaluación a aplicar en la empresa, para medir su desempeño.

El 5% escogió el sistema de Autoevaluación Externo.

El 47% se inclinó por el sistema de Autoevaluación Interno.

Y el 49% por sistema de responsabilidad y sostenibilidad.

4.- Criterios que podrían aplicarse para crear un Modelo de Responsabilidad Social en SOELEC.

El 43% escogió el liderazgo.

El 27% en orientación hacia el cliente y mercado.

El 25% escogió políticas y estrategias.

Y el 5% determinó alianzas y recursos.

5.- Características que debería contener el Modelo de Responsabilidad Social.

El 26% escogió permitir diagnosticar la mejora de la organización.

El 23% opinó que debería ser guía para ayudar a las organizaciones a desarrollar su visión y metas.

El 32% escogió analizar cómo la organización diseña, desarrolle, produce y entrega productos y servicios.

Y el 20% escogió base para la realización de autoevaluaciones organizacionales.

6.- Criterios que sirvan de guía para el desarrollo de un nuevo Modelo.

El 43% opinó que el Liderazgo es el más acertado.

El 8% escogió el planteamiento estratégico.

El 32% opinó que la orientación hacia el cliente y mercado.

El 2% escogió la medición de análisis y gestión al conocimiento.

El 14% escogió orientación hacia las personas.

El 1% eligió la gestión de procesos.

7.- Valores que deben considerarse para el desarrollo del modelo de Responsabilidad Social.

El 35% escogió el aprendizaje organizacional y personal.

El 45% opinó la gestión para la innovación.

El 3% eligió la agilidad.

Y el 17% determinó la excelencia impulsado por el cliente.

8.- Objetivos a considerarse para el desarrollo eficiente de las empresas.

El 48% escogió determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.

El 30% eligió definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.

El 10% está de acuerdo en evaluar el desarrollo de los planes de acción en la organización.

Y el 12% eligió examinar la forma de adoptar las responsabilidades éticas y legales.

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico

4.1 Presentación de la Empresa

SOELEC S.A., fue fundada en el 2010 en Guayaquil y nuestro objetivo primordial es ser aliados de nuestros clientes, brindarles la asesoría necesaria para que cumplan con sus proyectos y metas con los mejores productos del mercado.

El trabajo, constancia, orden y disciplina es el factor del éxito de nuestra empresa. Somos una empresa que nos esforzamos día a día para dar a nuestros clientes lo mejor de nosotros a fin de brindarle una buena y cordial atención. Podemos decir con mucho orgullo que algunos de nuestros productos y materiales eléctricos, forman parte de grandes obras de infraestructura.

SOELEC S.A., es distribuidor de ABB fabricante de alta calidad y reconocido prestigio. Dentro de los productos que se mantienen en stock se incluyen:

Productos de automatización y control industrial de baja y media tensión.

La marca ABB incluye líneas tales como:

Breakers cajas moldeadas (TMAX y Formula).

Interruptores de bastidor abierto EMAX.

Mini interruptores (MCB, RIEL DIN) S60, S200.

Variadores de velocidad ACS150, 355, 550, 800.

Autómatas programables y HMI.

Motores de aplicación general en hierro fundido de baja y media tensión.

Arrancadores suaves con control en de dos y tres fases PSR, PSE, PST.

Contactores con bobina multivoltaje SERIE A, AF.

Relés térmicos.

Guardamotores MS 116, 132, 450, 495.

Relés monitor de voltaje, enchufables, interface.

Relés DY y Temporizadores.

Borneras de conexión de tornillo y CAGE CLAMP.

Elementos de mando y señalización.

Tableros normalizados IP66.

Nuestra principal actividad económica es comercializar productos y materiales en el área de electricidad en general, especialmente en el rubro de Alta, Media y Baja Tensión, además de herramientas y equipos eléctricos para el área Industrial, Comercial y Residencial. Sin embargo ponemos a disposición de nuestros distinguidos clientes servicios eléctricos en los cuales brindamos una asesoría técnica y comercial que permita satisfacer sus necesidades y exigencia para la protección, conservación y mantenimiento óptimo de sus equipos y activos eléctricos.

4.1.1 Misión.

SOELEC está comprometida a ofrecer a nuestros clientes soluciones eléctricas confiables y seguras mediante la comercialización de nuestros equipos de alta calidad, con precios competitivos y trato personalizado que garantiza las expectativas y satisfacción de nuestros clientes.

4.1.2 Visión.

Constituirnos como una empresa líder en el mercado de la comercialización de equipos eléctricos orientados a la satisfacción de nuestros clientes con soluciones seguras, confiables y de alta calidad.

4.1.3 Localización.

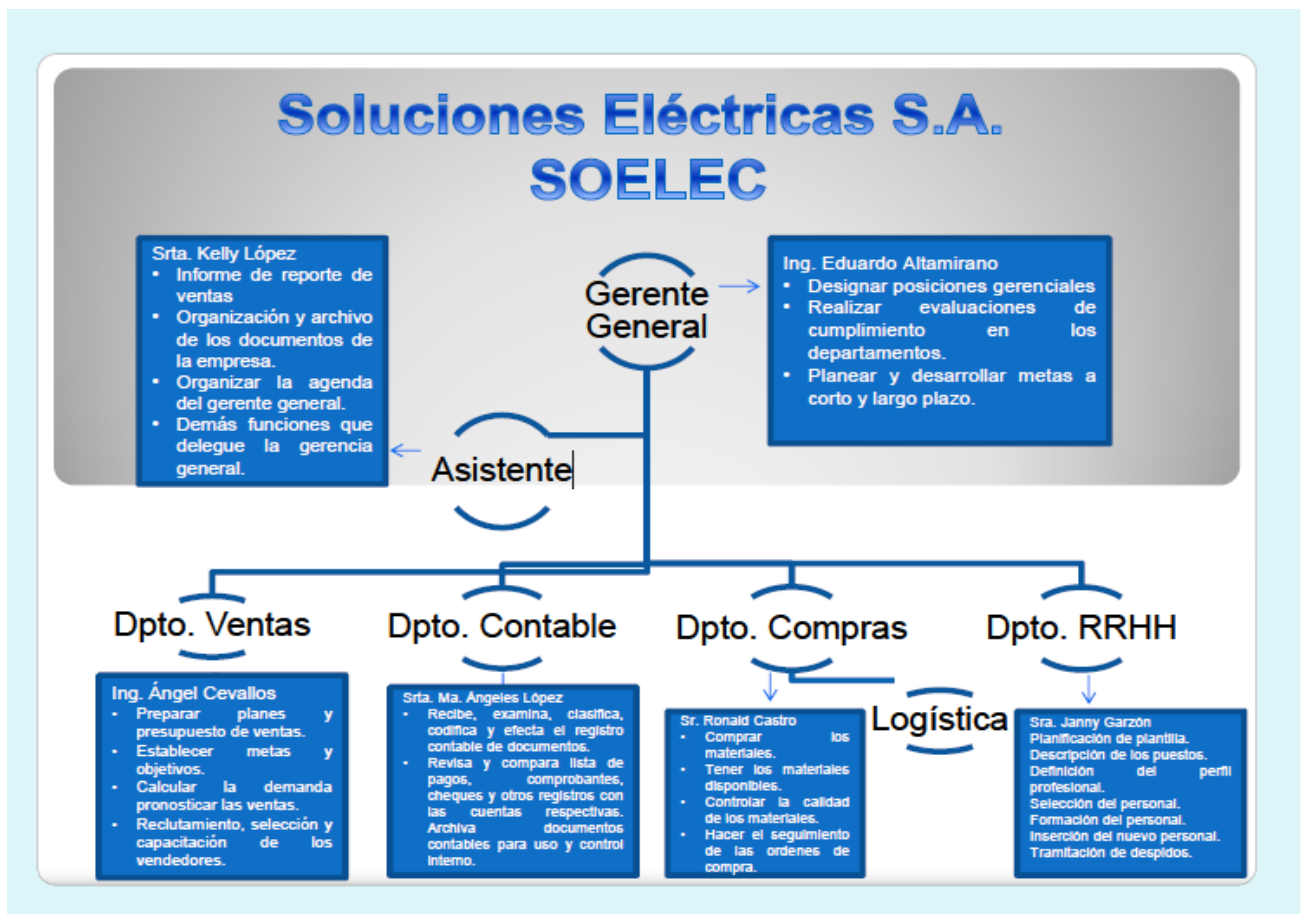
La empresa Soluciones Eléctricas S.A SOELEC, se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, al Norte de la ciudad, en la Avenida Isidro Ayora, Samanes 2, Mz. 234 Solar 2.

4.1.4 Objetivos de la Empresa.

A través de nuestros valores logramos nuestros objetivos, siendo profesionales de principios, honestos y de ética al servicio de la comunidad.

4.1.5 Organigrama

Imagen 15: Organigrama Empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELE



4.1.6 Principales clientes.



4.1.6.1 Garantía Técnica.

GARANTÍA TÉCNICA SOELEC S.A.

Los equipos, elementos repuestos y partes que SOELEC se compromete a suministrar, probar, instalar y vender a CLIENTE serán nuevos y de primera calidad, de acuerdo a las especificaciones pactadas, no solamente por las materias primas empleadas en su elaboración, sino también por la técnica y la mano de obra y serán aptos para resistir las condiciones ambientales normales en los sitios de instalación. En consecuencia, SOELEC se obliga a reemplazar a sus expensas aquellos equipos, materiales o partes que resultaren de mala calidad o con defectos de fabricación, durante un plazo de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de entrega en funcionamiento y/o doce (12) meses a partir del suministro de los equipos en planta, lo primero que ocurra de los dos.

La existencia de tales defectos deberá ser comunicada oficialmente a SOELEC en un plazo máximo de un (1) mes contado desde el día en que CLIENTE se haya dado cuenta de ello. CLIENTE enviará dentro del mismo lapso a SOELEC las partes defectuosas, cuando el tipo de falla lo permita. Las piezas defectuosas que se reemplacen al tenor del numeral anterior, quedarán de propiedad de SOELEC.

La garantía no se extiende a envejecimiento o desgaste natural producido por causas mecánicas, ni tampoco a desperfectos a consecuencia de manejo u operación inadecuada o negligente o de empleo de elementos de servicio impropios, así como a obras defectuosas en los edificios, influencias químicas, electroquímicas o eléctricas que se originen por causas naturales o sin culpa de SOELEC, ni a desperfectos a consecuencia de la apertura de cajas antes de su desempaque normal en el lugar de instalación.

No habrá responsabilidad de SOELEC por las consecuencias que puedan derivarse de las modificaciones o reparaciones inadecuadas, realizadas por orden de CLIENTE o por un tercero, sin previa autorización de SOELEC.

La reparación o reemplazo se efectuará como máximo dentro de los tres (3) meses, siempre y cuando el plazo de entrega confirmado por la fábrica así lo permita. Este plazo de entrega está sujeto a la obtención y aprobación por parte de las autoridades competentes de las Licencias de Importación requeridas y que no existan otros impedimentos a causa de las normas de exportación.

4.1.6.2 Certificados de Distribución.

Las principales marcas que SOELEC distribuye son: ABB, Weitekowitz y Tecnomega, con una amplia experiencia en dar soluciones a las necesidades que su compañía requiera. Se cuenta con un stock de productos disponibles de manera inmediata.



Señor
Eduardo Altamirano
Gerente
SOLUCIONES ELECTRICAS S.A.
Guayaquil

e-mail ealtamirano@soelec.com.ec

Tel: +593 4 259 3220
Fax: +593 4 259 3220

Referencia: Ctf_Dist_SOEELEC_2013.

Contacto: Edgar Narváez
Teléfono: +593 2 3994 100
Móvil: +593 9 959 6845
Telefax: +593 2 3994 110

e-mail: edgar.narvaez@ec.abb.com

Fecha: 05 de marzo de 2013

Su Referencia:
CERTIFICADO DE DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

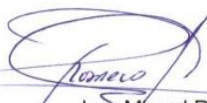
CERTIFICADO DE DISTRIBUCION

ABB certifica que la compañía SOLUCIONES ELECTRICAS S.A. identificada con el RUC No. 0992664991001 es Distribuidor autorizado de Productos ABB para las líneas de productos de baja tensión (División LP) y para los productos de automatización discreta (PLC's y accesorios) y accionamientos (División DM)

ABB declara que todos los equipos con marca ABB, comercializados y suministrados por esta compañía cuentan con la garantía y desempeño que acompañan nuestros productos.

Este certificado renovable tiene vigencia hasta el 31 de Diciembre del 2013.

Atentamente,
ABB ECUADOR S.A.


Ing. Miguel Romero.
NACIONAL DE VENTAS
PRODUCTOS DE BAJA TENSION



Ing. Edgar Narváez
GERENTE NACIONAL VENTAS
AUTOMATIZACION DISCRETA Y
ACCIONAMIENTOS

ABB ECUADOR S. A.

OFICINA PRINCIPAL
Av. Alahualpa CE1-198 y Av. 10 de Agosto
Edificio Alahualpa Business Center pisos 10 y 11
Casilla: 17-06-9431 Quito - Ecuador
Teléfonos: +(593) 2 3994 100 / 199
Fax: +(593) 2 3994 100 / 199 Ext. 4110
Página web: www.abb.com.ec

OFICINA GUAYAQUIL
Av. Constitución y Juan Tanca Marengo
Edif. Executive Center, Piso 2, Of. 206
Guayaquil - Ecuador
Teléfono: +(593) 4 2158-465
Fax: +(593) 4 2158-443
Página web: www.abb.com.ec

ESTACIÓN DE SERVICIO TURBOCARGADORES
Via Interoceánica Km. 11,5
Quito (Cumbayá) - Ecuador
Teléfonos: +(593) 2 3994 100 / 199
Fax: +(593) 2 381-9430
E-mail: turbo@ec.abb.com
Página web: http://www.abb.com/turbocharging

LÍNEA DE ATENCIÓN
AL CLIENTE
1800-113-344

Confirmation

We hereby confirm, that the company

SOLELEC
Soluciones Electricas S.A.
Av. Isidro Ayora Mz 234 Solar 2
Guayaquil

is our sales partner for Ecuador and South America.

Peine, April 16th, 2013

Weitkowitz Kabelschuhe und Werkzeuge GmbH
Wolterfer Straße 125
D – 31224 Peine


..... WEITKOWITZ
Kabelschuhe und Werkzeuge GmbH
Wolterfer Str. 125 • 31224 Peine

Ralf Probst
Exportmanager



From: Mr. Andrea Pagnoncelli

Buccinasco, 12th April 2013

TEKNOMEGA s.r.l.
via Fermi, 27
20090 Buccinasco (MI)
Italy
Tel: +39.02.48844281
Fax: +39.02.45705673
Mail: a.pagnoncelli@teknomega.it

To: Mr. Eduardo Altamirano

SOLUCIONES ELECTRICAS S. A. SOELEC
Av. Isidro Ayora, Samanes 2 Mz. 234 Solar 2
Guayaquil - ECUADOR-
Mail: e.altamirano@soelec.com.ec

DEALER CERTIFICATION

Teknomega certifies the company Soluciones Electricas S.A. with the RUC NO. 0992664991001 is authorized to sell its product line of panel board components, Fasting Solutions and Photovoltaic Fixing System. Teknomega states that all the items branded, marketed and supplied by Teknomega are guaranteed by the same one.

This certification is valid till 31th December 2013

*Mr. Andrea Pagnoncelli for
Mr. Maurizio Mercandelli
Managing Director*

TEKNOMEGA S.R.L.
Via Enrico Fermi, 27
20090 BUCCINASCO (MI)
Tel. +39.02.48844281
Fax +39.02.45705673
P. IVA 04232250961

Teknomega s.r.l. Sede operativa: Via E. Fermi, 27 20090 Buccinasco (MI) Tel: +39.02.48844281 Fax: +39.02.45705673
Mail: info@teknomega.it www.teknomega.it P.I. 04232250961 Banca: Popolare Milano ag.2 C/C 4023 ABI 05584 CAB 01602

4.2 Análisis FODA: SOELEC

Para este trabajo de titulación se realizó la matriz FODA con la finalidad de realizar un diagnóstico eficaz de la situación actual en que se encuentra la empresa SOELEC, considerando los aspectos externos e internos que afectan directamente y así poder definir la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos de la empresa.

FORTALEZAS: especifica los puntos con que la empresa cuenta a favor para competir en el mercado y lograr los objetivos de la empresa.

- Adecuados índices financieros.
- Correcto manejo de la empresa.
- Servicio de Instalación de los equipos.
- Servicio de mantenimiento de los equipos.
- Garantía técnica de los equipos.
- Buenas relaciones del clima de trabajo.
- Personal técnico especializado.

AMENAZAS: determinar los hechos potenciales que obstaculicen el logro de los objetivos de la empresa.

- Creación de nuevas empresas dedicada a la misma actividad.
- Competidores con precios más bajos.
- Aparición de nuevas tecnologías en el campo de la producción.
- Fuerte apertura del mercado eléctrico, que no se le tome importancia podría provocar pérdidas económicas y de participación en el mercado.

OPORTUNIDADES: buscar los hechos potenciales que faciliten a la empresa la determinación y logro de los objetivos estratégicos.

- Interés por fortalecer el área de mantenimiento.
- Contamos con una buena relación entre calidad - precio en nuestros productos, de esta manera nos aseguramos la fidelidad de nuestros clientes y la posibilidad de captar otros nuevos.
- Aprovechar lo que nuestros clientes necesitan y no se lo dan nuestros competidores, como mejorar el servicio post-venta, para que nuestros clientes sientan apoyo si tienen algún problema con el equipo.
- Conocimiento del sector eléctrico permite la creación de nuevos negocios de ingeniería, operación y mantenimiento.
- Apertura del mercado eléctrico permitirá ampliar el número de clientes mediante la incursión en nuevos negocios.

DEBILIDADES: elementos o actividades que hacen a la empresa vulnerable frente a los competidores o las situaciones que varían en el entorno.

- Limitación de fondos para expansión.
- Falta de políticas laborales.
- Poco personal especializado en Ventas.
- Personal técnico especializado insuficiente.
- Falta de capacitación específica enfocada a los objetivos de la empresa.

4.3 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter: Aplicado a la empresa SOELEC.

Con la ayuda del análisis de estas cinco fuerzas obtendremos los factores estructurales que determina la competencia para la empresa Soluciones Eléctricas S.A., las estrategias competitivas genéricas, y además de esta manera se podrá conocer las fuerzas que actualmente o en el futuro guiarán la competencia de la industria analizada.

Gráfico 10: Fuerzas de Porter, aplicadas a la empresa SOELEC.



Elaborado por Autora

Fuente Texto: Adaptado de (Porter, 2009). *Ser Competitivo*. Ed. Deusto. España

4.3.1 Rivalidad entre empresas competidoras.

En el sector eléctrico existe una alta rivalidad entre los competidores ya que la industria es liderada por grandes grupos estratégicos, la empresa actualmente compite con las empresas que se encuentran posicionadas en el mercado, nuestro principal competidor es la empresa El Magnético S.A ya que se dedica a la misma actividad y distribuye la misma marca (ABB). En este sector de la Industria la intensidad de la rivalidad entre competidores es alta, predominando una guerra en la distribución, en los precios.

La rivalidad aparece cuando este tipo de negocios sienten la necesidad de expandirse en el mercado, crecer en el mismo y alcanzar el liderazgo, por lo que para enfrentar a la competencia será mediante la innovación en el servicio, creatividad, estar dispuestos a satisfacer las exigencias del mercado.

4.3.2 Entrada potencial de nuevos competidores.

La amenaza de entrada de nuevos competidores es alta en el sector eléctrico, aunque para la creación de una nueva empresa se requiere de una considerable inversión inicial para emprender este tipo de negocio, debido que la actividad principal es ser intermediarios entre los proveedores y clientes que requieran de equipos y/o servicios. También existen empresas que no satisfacen las necesidades de los clientes, por ineficiencia en los servicios, costos elevados, baja calidad en los equipos, lo cual genera incentivos para ingresar a ese sector.

4.3.3 Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos.

En este sector es difícil la amenaza de productos sustitutos, puesto que si los clientes no encuentran los equipos, concurren a la competencia. Pueden usar como sustitutos los equipos adquiridos en otras empresas pero con precios más baratos. Una manera de contrarrestar esta amenaza para nuestra empresa es

dando a conocer a los potenciales clientes las razones o motivos por los cuales deben contratar a una empresa que distribuye equipos de calidad y brinda un servicio técnico especializado.

4.3.4 Poder de negociación de los proveedores.

Los principales proveedores de SOELEC, son ABB, Sumelec, Eecol y Laumayer entre otros; estos proveedores juegan un rol muy importante porque pueden amenazar con cambios en los precios, los mercados son atractivos cuando hay muchos proveedores debido a la existencia de variedad para las empresas. El poder de negociación de los proveedores en muchos casos puede ser bajo, sobre todo cuando es con las grandes empresas como ABB, Electroleg y Laumayer, por consiguiente tienen acceso a otros mercados de proveedores. Una forma de controlar los altos precios de los proveedores es en la firma de los contratos en donde se establecen las responsabilidades de ambas partes, como son la fecha de pago, volúmenes de compra, etc.

4.3.5 Poder de negociación de los consumidores.

Los clientes juegan un rol muy importante en cuanto a su influencia en el margen de utilidad de la industria, puesto que para exigir mejores precios aumenta la rivalidad. En este sector los compradores tienen la posibilidad de adquirir los mismos productos y/o servicios de varios proveedores al mismo tiempo, ellos tienen la posibilidad de decidir con que proveedores desean realizar el negocio.

En el caso de SOELEC una de las formas para equilibrar este poder de negociación es a través de la oferta de servicios diferenciadores, innovadores, además del servicio de mantenimiento de los equipos de esta manera generar un grado de satisfacción del cliente por el servicio brindado para determinar

cuáles son aspectos que la empresa puede mejorar y mantener buenas relaciones con nuestros clientes.

CAPÍTULO V

Modelo de Implementación

Antes de presentar el modelo de implementación es necesario aclarar que la finalidad de este, es que sirva como herramienta para evaluar a las organizaciones dando como resultados crecimientos en la empresa tanto personal como grupal, con nuevas estrategias y que sea aplicable a todo tipo de compañía, respetando las políticas y normas que establezca el Estado.

De acuerdo a las encuestas realizadas y conforme al análisis de las mismas mencionado anteriormente, a continuación se presenta la clasificación de los criterios por Modelos de Excelencia según los encuestados, dicho modelo servirá como herramienta de evaluación en la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, y por ende aportará positivamente a la empresa, como a la comunidad (clientes tanto internos como externos).

Según el análisis realizado que al tomar el 80% de los criterios servirá para plantear el nuevo Modelo de Responsabilidad Social y satisfacer las necesidades de los clientes. A continuación se presenta el detalle de cada uno de los criterios con su respectivo análisis.

Según el Modelo de Excelencia EFQM

- A la mejora de eficacia y capacidades: consiste en una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas debido a que tiene como propósito alcanzar metas, situaciones complejas y muy competitivas.

- Satisfacción al cliente: consiste en el nivel de cumplir con las expectativas de los usuarios que tienen las empresas, al momento de realizar una compra o utilizar un servicio.
- Buen Clima Laboral: Consiste en el medio que se desarrollan los trabajadores, este factor es importante para los miembros que forman parte de la empresa porque es el medio en el que se crean las relaciones personales dentro de la organización.
- Al conocimiento y desempeño del personal: es importante para una organización estimar las capacidades o potenciales que tienen los individuos, saber aprovecharlos para crear buenas relaciones humanas en la empresa y obtener la máxima eficiencia del personal.
- Permitir diagnosticar la mejora de la organización: permite determinar los intereses de la compañía con los intereses de cada individuo, comparando conocimientos y habilidades para definir la aptitud de los colaboradores y desempeñen una función específica.

Según Modelo de Excelencia Malcolm Baldrige.

- Orientación hacia el cliente y mercado: permite determinar las expectativas, preferencias exigidas por los clientes y el mercado, construyendo relaciones para determinar la forma de satisfacer necesidades.
- Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad: permite a la empresa determinar enfoques positivos alcanzando objetivos adecuados que permitan mantener equilibrio en los ámbitos económico, social y ambiental para la mejora de la compañía.
- Sistema de Autoevaluación Interno: examina las áreas claves del desempeño de productos, servicios, colaboradores para analizar las diferentes unidades de la organización y cómo manejarlas de la mejor manera.
- Gestión para la innovación: Permite determinar las necesidades que tienen los clientes para posteriormente crear ideas, productos, conceptos, servicios

y prácticas a una determinada necesidad, con la intención de ser útiles y competitivos.

- Aprendizaje organizacional y personal: es el proceso mediante el cual se transmiten conocimientos al individuo o equipos de trabajo dentro de la organización, y el personal son los conocimientos que posee cada miembro de la organización, sus habilidades, aptitudes conseguidas de la experiencia.

Según Modelo de Excelencia Iberoamericano.

- Liderazgo: consiste en las habilidades que tiene un individuo para influir en otro, como los gerentes, directores o accionistas, haciendo actuar de manera positiva a todos los miembros de la organización, para lograr las metas y objetivos propuestos.
- Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente: Consiste en identificar aquellas inquietudes de los clientes acerca de los productos o servicios que se les ofrece para determinar la mejor opción de resolver satisfactoriamente las necesidades cada uno de los usuarios.
- Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores: es lo que está consiguiendo la organización en relación al desarrollo de sus trabajadores para el desempeño profesional a través de seminarios, capacitaciones, juegos de integración, etc.

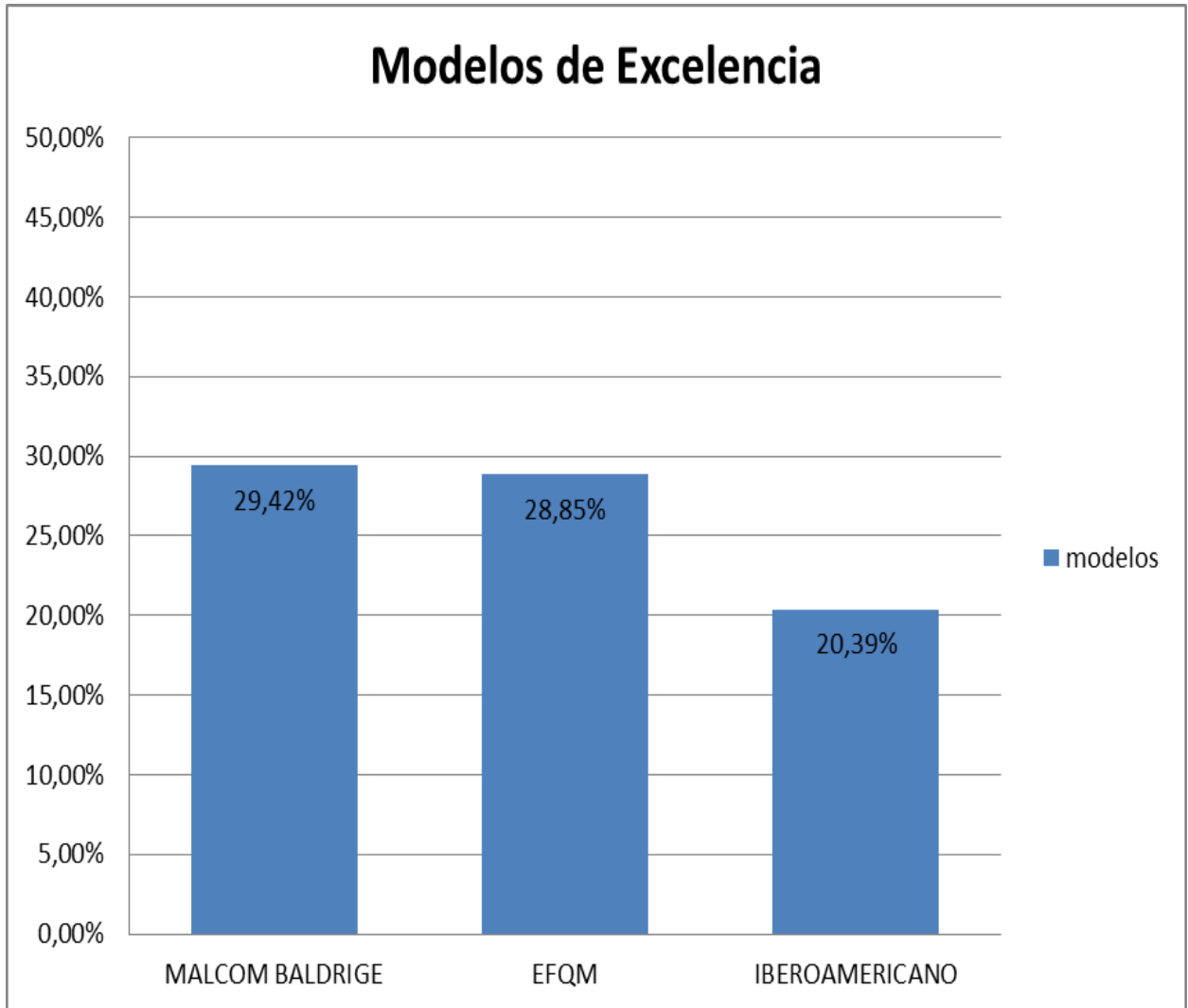
Después del análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los 133 clientes, se concluye el nuevo Modelo para la empresa Soluciones Eléctricas S.A., SOELEC.

Tabla 3: Resultado de Encuestas por Modelo de Excelencia

MODELOS	CRITERIOS	ENCUESTAS	PORCENTAJES EN BASE A LAS ENCUESTAS	Porcentaje de acuerdo a la suma de los criterios	MALCOM BALDRIGE	EFQM	IBEROAMERICANO
IBEROAMERICANO	Liderazgo	114	85,71%	10,71%			10,71%
MALCOM BALDRIGE	Orientación hacia el cliente y mercado.	79	59,40%	7,42%	7,42%		
EFQM	A la mejora de eficacia y capacidades.	68	51,13%	6,39%		6,39%	
EFQM	Satisfacción al cliente.	67	50,38%	6,30%		6,30%	
MALCOM BALDRIGE	Sistema de responsabilidad y sostenibilidad	65	48,87%	6,11%	6,11%		
IBEROAMERICANO	Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.	63	47,37%	5,92%			5,92%
MALCOM BALDRIGE	Sistema de Autoevaluación interno	62	46,62%	5,83%	5,83%		
MALCOM BALDRIGE	Gestión para la innovación.	60	45,11%	5,64%	5,64%		
EFQM	Buen clima laboral.	59	44,36%	5,55%		5,55%	
MALCOM BALDRIGE	Aprendizaje organizacional y personal.	47	35,34%	4,42%	4,42%		
EFQM	Analizar cómo la organización diseña desarrolla, produce y entrega productos y servicios.	42	31,58%	3,95%		3,95%	
IBEROAMERICANO	Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.	40	30,08%	3,76%			3,76%
EFQM	Al conocimiento y desempeño del personal.	37	27,82%	3,48%		3,48%	
EFQM	Permitir diagnosticar la mejora de la organización.	34	25,56%	3,20%		3,20%	
IBEROAMERICANO	Políticas y Estrategias	33	24,81%	3,10%	29,42%	28,85%	20,39%
EFQM	Ser guía para ayudar a las organizaciones a desarrollar su visión y metas.	31	23,31%	2,91%			
EFQM	Al desarrollo social, económico.	28	21,05%	2,63%			
EFQM	Ser base para la realización de autoevaluaciones organizacionales.	26	19,55%	2,44%			
BALDRIGE	Excelencia impulsado por el cliente.	22	16,54%	2,07%			
BALDRIGE	Orientación hacia las personas.	19	14,29%	1,79%			
IBEROAMERICANO	Evaluar el desarrollo de los planes de acción en la organización.	15	11,28%	1,41%			
IBEROAMERICANO	Examinar la forma de adoptar las responsabilidades éticas y legales.	15	11,28%	1,41%			
BALDRIGE	Planteamiento estratégico.	11	8,27%	1,03%			
EFQM	Calidad de productos y servicios.	7	5,26%	0,66%			
IBEROAMERICANO	Alianzas y recursos	7	5,26%	0,66%			
MALCOM BALDRIGE	Sistema de Autoevaluación externo	6	4,51%	0,56%			
BALDRIGE	Agilidad.	4	3,01%	0,38%			
BALDRIGE	Medición de análisis y gestión al conocimiento.	2	1,50%	0,19%			
BALDRIGE	Gestión de procesos.	1	0,75%	0,09%			
EFQM	Rentabilidad.	0	0,00%	0,00%			
BALDRIGE	Resultados.	0	0,00%	0,00%			
TOTAL ENCUESTADOS		133					
Suma de todos los criterios		1064					

Elaborado por Autora
Fuente: Datos del Estudio de Mercado.

Gráfico 11: Gráfico de Barras, según Modelos de Excelencia.



Elaborado por Autora de Tesis febrero 2014
Fuente: Datos del Estudio de Mercado.

5.1 MODELO PARA EMPRESAS (MPE)

5.1.1 Concepto

Es un modelo creado en base a los resultados de una investigación de campo, realizada a los clientes de la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC en la ciudad de Guayaquil, que servirá como herramienta para valorar la gestión de calidad en la empresa, o en las demás organizaciones que vean este modelo una oportunidad de excelencia.

5.1.2 Objetivos

Está diseñado para ayudar a SOELEC o cualquier otra empresa a usar enfoques que proporcione valor a los grupos de interés (clientes, trabajadores, consumidores, proveedores), contribuyendo a la eficacia y sostenibilidad de la compañía.

5.1.3 Composición Modelo MPE

El Modelo MPE pretende que la empresa SOELEC, realice una autoevaluación, conozca su condición actual, determine sus retos organizacionales y determinar cómo logrará cumplirlos. Para esto el modelo estará estructurado en 14 criterios de excelencia que abarcan todas las áreas del funcionamiento de la organización.

5.1.4 Criterios.

Criterio 1: Liderazgo.

Este criterio aborda cómo se desarrollan y se ponen en práctica la cultura y los valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo, demuestran visiblemente el compromiso que tiene el gerente de la empresa con la cultura

de excelencia empresarial y está desarrollado para sustentar la eficiente aplicación de la política y estrategia, junto con los valores y cultura.

Este criterio ayudará a SOELEC a mantener buenas relaciones entre el gerente y sus colaboradores, haciendo a los trabajadores responsables e independientes en sus labores creando lealtad a la compañía por parte de ellos y permitiendo cumplir con la misión, visión, y valores establecidos.

Criterio 2: Orientación hacia el cliente y mercado.

Este criterio permitirá evaluar las expectativas de los clientes y de los mercados, además; examinar cómo la empresa desarrolla sus relaciones con los clientes e identificar los lineamientos claves para lograr la satisfacción y retención de los mismos, y a su vez la expansión y sostenibilidad de la empresa en el mercado que compete.

Al cumplir este criterio en la empresa SOELEC, se podrá competir obteniendo ventaja competitiva dentro del mercado donde se desarrolla la empresa, mediante la buena atención a los consumidores, entrega de los equipo en el lugar y tiempo requerido, puesta en marcha y excelente mantenimiento técnico de los mismos.

Criterio 3: A la mejora de eficacia y capacidades.

Este criterio permitirá medir las capacidades, habilidades que poseen los colaboradores que forman parte de la empresa, esto permitirá consumir la menor cantidad de recursos posibles; es decir, tiempo, costos y asegurar conseguir el resultado esperado como determinar lo que espera el cliente y que la compañía sea capaz de satisfacer sus necesidades en el menor tiempo posible.

Al mejorar la eficacia y capacidades en la empresa SOELEC permitirá que los clientes externos la reconozcan como una empresa competitiva capaz de responder a los requerimientos expuestos por el mercado, con un personal altamente calificado en la Ingeniería Eléctrica como son los ejecutivos de ventas y técnicos capaces de resolver cualquier problema profesional.

Criterio 4: Satisfacción al cliente.

Este criterio permitirá a la empresa estar en constante innovación; es decir, estar atento en la expectativa que ofrece el mercado competidor para crear productos o servicios que mantengan fieles a los clientes a través de una cultura organizacional renovada satisfactoria de expectativa.

Este criterio es muy importante, dado que los clientes son las fortalezas para la empresa SOELEC, y que al brindarles una atención y servicio adecuado permitirá que estos se mantengan fieles a la empresa, obteniendo sus equipos y productos, dando excelentes referencias de la compañía en el mercado.

Criterio 5: Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad.

Este criterio permitirá mantener un equilibrio en los ámbitos económico, social y ambiental posibilitando el incremento de valor de las compañías para todas las partes interesadas que conforman la empresa.

Al aplicar este criterio correctamente en la empresa SOELEC, se evaluaría la forma en que la compañía mantiene compromisos con la sociedad, con sus trabajadores e incluso con el medio ambiente permitiendo identificar las fortalezas y oportunidades que tiene ésta para involucrarse en grandes industrias, implementando técnicas de mejoras que aporten al desarrollo eficiente de la empresa.

Criterio 6: Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.

Este criterio permitirá determinar constantemente los requerimientos que tienen los clientes, dichas necesidades pueden variar con el tiempo donde la empresa tiene que estar atenta para crear lealtad en el cliente y retenerlo mediante un servicio adecuado y con la innovación constante de los equipos adquiridos.

Al aplicar este criterio permitirá identificar aquellas necesidades que surgen en este mercado, es una estrategia de real importancia para atraer los demás clientes que mantiene la competencia, y así lograr aumentar la cartera a través del diseño, desarrollo, entrega sus productos y servicios que tiene SOELEC con el fin de atraer nuevos usuarios.

Criterio 7: Sistema de Autoevaluación Interno.

Este criterio tiene como finalidad evaluar la situación actual y de acuerdo a los resultados proceder a tomar alternativas para el mejoramiento continuo del Sistema, utilizando herramientas que beneficiarán en general a los funcionarios, jefes de áreas así como de toda la Entidad y sus usuarios externos.

Este criterio ayudará a SOELEC establecer técnicas de evaluación mediante test, charlas, capacitaciones, etc., que permitan conocer la forma en que los trabajadores desarrollan sus capacidades, el clima laboral que mantiene la empresa, la mejor forma de hacer cumplir las estrategias para incrementar valor en el desempeño de la organización y reflejar una percepción positiva a los clientes externos.

Criterio 8: Gestión para la innovación.

Este criterio permitirá a la empresa crear nuevas propuestas que beneficien a todos los grupos de interés (clientes, proveedores, consumidores, etc.) que nace al identificar una necesidad que tenga la organización para lograr las metas, esto quiere decir generar nuevas ideas para venderse en el mercado específico.

A través de este criterio la compañía SOELEC se mantendrá a la expectativa de estar en constante innovación, dado que es un factor que genera fuerte impacto en el mercado que se quiere abarcar, creando nuevas propuestas diferentes para generar competencia y convertirse en una empresa líder en el sector eléctrico.

Criterio 9: Buen Clima Laboral.

Este criterio es importante para las organizaciones lleven un desarrollo eficiente dentro de las mismas, si existen un buen clima laboral los trabajadores se sentirán motivados desarrollar sus capacidades, habilidades de manera efectiva.

Al mantener un buen clima laboral, SOELEC se orienta al cumplimiento de los objetivos generales de la empresa, impidiendo situaciones de conflicto, y que exista un alto rendimiento de sus colaboradores y por lo tanto que aumente la productividad haciendo que los trabajadores se sientan parte de la empresa.

Criterio 10: Aprendizaje organizacional y personal.

Este criterio se desarrolla en la práctica que se realiza día a día, en el intercambio de información adecuada dentro de la organización, permitiendo identificar y seleccionar habilidades propias del personal que sean fortalezas

para el buen desarrollo de la empresa buscando determinar nuevas estrategias que permita el crecimiento de la compañía.

Este criterio se basa en que determinar estrategias para que SOELEC aporte con cursos, seminarios, capacitaciones a sus trabajadores, que permitan conseguir evaluar el potencial y habilidades de cada uno de ellos, y saber aprovecharlos en beneficio de la empresa.

Criterio 11: Analizar como la organización diseña, produce y entrega productos y servicios.

Este criterio se encargará de establecer estándares de calidad para que la empresa alcance el éxito, implantando comportamientos adecuados, satisfaciendo las necesidades de los clientes a través de la entrega de equipos y servicios en el tiempo adecuado, manteniendo a los clientes contentos.

A través de este criterio SOELEC podrá medir la calidad que se está brindando de acuerdo a la marca de sus equipos y al servicio ofrecido a los clientes, permitiendo evaluar cada uno de los factores implicados en este criterio a través de encuestas, entrevistas con los usuarios directos de la empresa y conocer la apreciación de estos para posteriormente implantar estándares de mejoría en la compañía.

Criterio 12: Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.

Este criterio analiza cómo la empresa está llevando a cabo sus relaciones con los colaboradores, es decir, si se le está prestando el debido interés, es donde este criterio busca respaldar al personal interno, donde el gerente busque brindar charlas de motivación, capacitaciones constantes, juegos de recreación que permitan al trabajador sentirse parte de la empresa y que ésta reconozca sus esfuerzos.

A través de este criterio la compañía SOELEC busca herramientas que permitan brindar beneficios a sus colaboradores por el buen desarrollo en sus labores mediante reconocimientos de acuerdo al nivel de desempeño, a los ejecutivos incentivos por el cumplimiento mensual de ventas, y al personal administrativo constantes capacitaciones.

Criterio 13: Conocimiento y desempeño del personal.

Este criterio permite medir el nivel de excelencia que tienen cada uno de los miembros que componen la organización, permitiendo ubicar en el sitio adecuado a cada uno de los trabajadores para el buen desarrollo de sus capacidades y habilidades así la compañía obtendrá ventaja competitiva, proporcionando un perfil de fortalezas y oportunidades, relacionados a los requerimientos de desempeño.

Este criterio busca aprovechar las capacidades, habilidades y potenciales del personal de la empresa SOELEC para ubicarlos en lugares estratégicos en los que puedan desarrollarlos y aportar con nuevos conocimientos para mantener una innovación constante.

Criterio 14: Permitir diagnosticar la mejora de la organización.

Este criterio permitirá definir las características, los procesos y los instrumentos que se utilizan en la compañía para el aprendizaje de los colaboradores y que estos puedan ponerlos en práctica obteniendo impactos positivos para la compañía.

A través de este criterio la empresa SOELEC, establecerá métodos que permitan la evaluación de todo el personal que la constituye, aprovechando las fortalezas que estos poseen aplicándolas en las áreas en las que se

desarrollan; es decir, midiendo en qué punto se encuentra dentro del camino hacia la excelencia.

5.1.5 Resultados.

Gracias a la aplicación de este modelo la empresa podría obtener grandes beneficios que ayuden al crecimiento organizacional, considerando todas las encuestas que se han realizado a los 133 clientes se han evaluado 31 criterios, de los cuales el 80% están distribuidos de la siguiente manera:

Del modelo Iberoamericano:

Liderazgo con el 10,71%

Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente con el 5.92%

Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores con el 3,76%

Del Modelo Malcolm Baldrige:

Orientación hacia el cliente y mercado con el 7,42%

Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad con el 6,11%

Sistema de Autoevaluación Interno con el 5,83%

Gestión para la innovación con el 5,64%

Aprendizaje organizacional y personal con el 4,42%

Del Modelo EFQM:

A la mejora de eficacia y capacidades con el 6,39%

Satisfacción al cliente con el 6,30%

Buen Clima Laboral con el 5,55%

Analizar como la organización diseña, produce y entrega productos y servicios con el 3,95%

Conocimiento y desempeño del personal con el 3,48%

Permitir diagnosticar la mejora de la organización con el 3,20%

Para este tipo de negocio como es el sector eléctrico los encuestados recomiendan que se tomen en cuenta 14 criterios tomados de las aportaciones de los clientes en las encuestas siendo la base para el mejoramiento continuo de la empresa, los cuales se presentan a continuación:

Criterio 1: Liderazgo.

Criterio 2: Orientación hacia el cliente y mercado.

Criterio 3: A la mejora de eficacia y capacidades.

Criterio 4: Satisfacción al cliente.

Criterio 5: Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad.

Criterio 6: Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.

Criterio 7: Sistema de Autoevaluación Interno.

Criterio 8: Gestión para la innovación.

Criterio 9: Buen Clima Laboral.

Criterio 10: Aprendizaje organizacional y personal.

Criterio 11: Analizar como la organización diseña, produce y entrega productos y servicios.

Criterio 12: Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.

Criterio 13: Conocimiento y desempeño del personal.

Criterio 14: Permitir diagnosticar la mejora de la organización.

Siendo estos los nuevos criterios aceptados por los clientes de la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, para que se implementen en dicha empresa y la convierta en ejemplo para otras compañías a través de la obtención de resultados positivos para la mejora de la empresa contribuyendo en el ámbito económico, social y ambiental.

CAPÍTULO VI

Informe Financiero

6.1 Costos en la Implementación del Modelo de Responsabilidad Social (MPE)

Los modelos de responsabilidad social aplicados a las empresas, ayudan a mejorar la forma en cómo se desempeña la compañía en el proceso diario de sus actividades y a la vez otorgar un mejor servicio prestado a los clientes que posee. La empresa SOELEC respondió a ciertos criterios basados en modelos tratados en capítulos anteriores, lo que llevó a la conclusión de aplicar los siguientes criterios:

- a) Liderazgo.
- b) Orientación hacia el cliente y mercado.
- c) A la mejora de eficacia y capacidades.
- d) Satisfacción al cliente.
- e) Sistema de Responsabilidad y Sostenibilidad.
- f) Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.
- g) Sistema de Autoevaluación Interno.
- h) Gestión para la innovación.
- i) Buen Clima Laboral.
- j) Aprendizaje organizacional y personal.
- k) Analizar como la organización diseña, produce y entrega productos y servicios.
- l) Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.
- m) Conocimiento y desempeño del personal.
- n) Permitir diagnosticar la mejora de la organización.

Sin embargo es necesario adaptar la organización a estos nuevos criterios para lograr los beneficios que ofrecen al aplicarlos; esta adaptación cuenta con

activos fijos, cursos para el recurso humano y un nuevo integrante a la organización que asegure el control y cumplimiento de este modelo de responsabilidad social. A continuación se detalla el costo de elemento necesario y los componentes a utilizar para garantizar la puesta en marcha del proyecto, los valores se los presentará de forma anual ya que luego de su aplicación, la empresa entrará a un proceso de evaluación y así calificar si los beneficios descritos en cada criterio del modelo de responsabilidad social se han cumplido y cuál ha sido su resultado en la compañía.

Tabla 4: Costos para el Modelo de Responsabilidad Social (MPE)

Inversiones	Cantidad	Costo unitario	Total
<u>Cursos de:</u>			
Liderazgo.	12	60,00	720,00
Ventas y atención al cliente.	10	70,00	700,00
Organización y distribución del trabajo.	12	75,00	900,00
Evaluación de desempeño a subalternos.	10	55,00	550,00
<u>Activos fijos</u>			
Buzón de sugerencias.	3	15,00	45,00
Hoja de evaluación por el servicio al cliente.	12000	0,05	600,00
Programa de evaluación interna.	1	1.500,00	1.500,00
<u>Recurso humano</u>			
Analista de Responsabilidad Social.	1	900,00	10.800,00
<u>Total del Proyecto duración un año</u>			15.815,00

Fuente: Investigación de mercado.
Elaborado por: La autora.

En la Tabla 4 se observa el costo por cada uno de los cursos a tratar por parte de los integrantes de la organización de SOELEC, la cual será demandada a empresas especializadas en administración de recursos humanos, los activos fijos a implementar son netamente para la evaluación del personal de ventas y atención al cliente externo, estos buzones de sugerencias se encontrarán en las salas de venta de la compañía.

Además, se contará con un sistema de evaluación interna para los empleados de las diferentes áreas de la empresa, estas evaluaciones serán llevadas a cabo por jefes de cada departamento y presentado a la gerencia general con la finalidad de ofrecer motivaciones o bonos de rendimiento para el personal destacado, de esa manera, se asegura un mejor desempeño en las actividades encomendadas para cada empleado.

6.2 Inversiones, depreciación y amortización.

Se prevé, mantener la adaptación de este sistema de modelo de responsabilidad social en la empresa SOELEC por el lapso de tres años, aquellos rubros por su naturaleza de ser tangibles e intangibles y su utilización por todo el lapso del proyecto, se lo tratará en materia contable como activo fijo y activo diferido en el balance general y estado de resultados de la compañía.

Tabla 5: Depreciación y amortización de las inversiones

Inversiones	Costo total	Años de depreciación o amortización	Depreciación anual	Amortización anual
Activo Fijo Buzón de sugerencias.	45,00	3,00	15,00	
Activo diferido Programa de evaluación interna.	1.500,00	3,00		500,00
Totales			15,00	500,00

Fuente: Presente Estudio.
Elaborado por: La autora.

En la tabla 5, se aprecia la distribución y tratamiento de los rubros a utilizarse en el presente proyecto, tanto por su naturaleza como la finalidad de la aplicación del modelo de responsabilidad social, se establece un valor anual que al final de la evaluación sus valores de costo terminarían en cero, garantizando su total utilización y beneficio como rubro adicional en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía.

6.3 Gastos de implementación del Modelo de Responsabilidad Social.

Tal como se describió en la tabla 4 del presente capítulo, es necesario la aplicación de nuevas técnicas empresariales para lograr una buena administración del recurso humano en la compañía; cursos como liderazgo para los jefes de cada departamento y organización para aquellos que realizan en su mayoría actividades operativas, es uno de los puntos descritos para lograr aplicar con éxito el modelo de responsabilidad social. Por ello se presentan aquellos gastos que se incurran de manera mensual y estarán presentes en el estado de resultados de la compañía, a finalidad de tornar una cultura más acorde al éxito y buena administración de los recursos.

Tabla 6: Comportamiento de Primer Semestre

Gastos	Meses					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Gastos administrativos						
Cursos:						
Liderazgo.	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Ventas y atención al cliente.	70.00	70.00	70.00		70.00	70.00
Organización y distribución del trabajo.	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00
Evaluación de desempeño a subalternos.	55.00	55.00	55.00		55.00	55.00
Total	260.00	260.00	260.00	135.00	260.00	260.00

Fuente: Presente Estudio.
Elaborado por: La autora.

En la tabla 6, se describe el comportamiento de gastos mensual que incurren la contratación de cursos para el personal, estos serán tomados por el personal de la organización SOELEC coordinando con los jefes de cada departamento en un tiempo adecuado que no alteren sus actividades diarias, estos cursos tendrán la duración de una hora por día por el lapso de 3 veces por semana, se toma en cuenta que tanto el curso de ventas como evaluación tienen una sesión menos que los demás, debido a un control adicional que se tendrá de manera trimestral y un seguimiento basado en los datos arrojados en las encuestas tomadas por las sugerencias con los clientes que visiten la compañía.

Tabla 7: Comportamiento de costos Segundo trimestre

Gastos	Meses					
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gastos administrativos						
Cursos						
Liderazgo.	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Ventas y atención al cliente.	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	
Organización y distribución del trabajo.	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Evaluación de desempeño a subalternos.	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	
Total	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	135,00

Fuente: Presente Estudio.
Elaborado por: La autora.

Siguiendo con el comportamiento del segundo trimestre en la tabla 7, se observa que en el mes de diciembre no se concentra la mayor cantidad de cursos dispuestos por el modelo de responsabilidad social, se tomó en cuenta el factor festivo como un motivo que podría influir a la falta de atención al recibir el curso.

Al final del curso, se tomará una evaluación a cada empleado y cuya aplicación en el diario laboral, será evaluado de forma mensual por el jefe de cada departamento de la compañía, finalmente para lograr la aplicación y determinar si se ha logrado aplicar con éxito el modelo de responsabilidad social en la compañía, es necesario crear un nuevo puesto en la organización, el mismo que detectará a tiempo las fallas que podrían existir mientras se lleva a cabo su preparación en la empresa.

Se propone crear el puesto de Analista de responsabilidad social, persona que tendrá a su cargo las siguientes actividades:

- a) Coordinar los diferentes programas de entrenamiento al personal de la organización.
- b) Contabilizar de manera mensual las sugerencias de los clientes de la compañía.

- c) Recepcionar las evaluaciones de desempeño de cada jefe de manera mensual a sus subordinados.
- d) Publicar la lista de los empleados que han tenido el mejor desempeño de cada departamento y proporcionar la respectiva remuneración en base a lo designado por la gerencia de la compañía.
- e) Realizar reportes mensuales a la Gerencia general sobre los puntos cumplidos o por cumplir del modelo propuesto en el presente proyecto.

Este puesto tendrá una remuneración mensual de \$900,00 por el grado de responsabilidad en la compañía, cuyos valores a presupuestarse se muestran a continuación:

Tabla 8: Gastos por nómina del Modelo de Responsabilidad Social (MPE)

Nómina	Sueldo Anual	Aporte al IESS	Total a recibir	Aporte Patronal	Decimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva
Analista de Responsabilidad Social.	10.800,00	1.009,80	9.790,20	1.312,20	900,00	340,00	450,00	900,00

Fuente: Presente Estudio.
Elaborado por: La autora.

En la tabla 8, se describen los gastos a incurrir por la contratación del puesto que se encargará de controlar la aplicación del modelo de responsabilidad social propuesto, dichos valores son expresados de manera anual y serán incluidos como gastos de administración en el estado de pérdidas y ganancias en la compañía SOELEC.

6.4 Tasa de Inflación

Por el efecto de tiempo sobre el dinero, el costo de ahora no representa exactamente el de mañana, este efecto se conoce como inflación, por ello es importante determinar cuánto incrementará los costos determinados anteriormente. Según el Banco Central del Ecuador la inflación al mes de marzo del año 2014 se encuentra en 3.11%, este índice servirá para incrementar la estructura de costos presupuestada y presentar valores estadísticamente cercanos a lo que se gastará en los siguientes años.

Tabla 9: Tasa de inflación mensual del Ecuador

FECHA	VALOR
Marzo-31-2014	3,11%
Febrero-28-2014	2.85%
Enero-31-2014	2.92%
Diciembre-31-2013	2.70%
Noviembre-30-2013	2.30%
Octubre-31-2013	2.04%
Septiembre-30-2013	1.71%
Agosto-31-2013	2.27%
Julio-31-2013	2.39%
Junio-30-2013	2.68%
Mayo-31-2013	3.01%
Abril-30-2013	3.03%
Marzo-31-2013	3.01%
Febrero-28-2013	3.48%
Enero-31-2013	4.10%
Diciembre-31-2012	4.16%
Noviembre-30-2012	4.77%
Octubre-31-2012	4.94%
Septiembre-30-2012	5.22%
Agosto-31-2012	4.88%
Julio-31-2012	5.09%
Junio-30-2012	5.00%
Mayo-31-2012	4.85%
Abril-30-2012	5.42%

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Fuente: www.bce.fin.ec

En la tabla 9, se detalla la inflación mensual proporcionada por el Banco Central del Ecuador desde abril del 2012, este índice se aplicará en la estructura de costos para los siguientes dos años adicionales que va a durar el proyecto.

6.5 Proyección para presupuesto.

Luego de haber detallado los rubros necesarios para la aplicación del modelo de responsabilidad social en la empresa SOELEC, se elabora la estructura de costos que se incluirá en los presupuestos de la compañía, de tal manera se cuente con los recursos necesarios para la financiación del mismo.

A continuación se presenta la proyección de los gastos de la compañía por los tres años de implementación del modelo.

Tabla 10: Resumen de gastos anuales del proyecto

Tasa de inflación	3,11%		
Gastos de administración	Años		
	1	2	3
Cursos:			
Liderazgo	720,00	742,39	765,48
Ventas y atención al cliente	700,00	721,77	744,22
Organización y distribución del trabajo	900,00	927,99	956,85
Evaluación de desempeño de los subalternos	550,00	567,11	584,74
Sueldos	10.800,00	11.135,88	11.482,21
Beneficios Sociales:			
Aporte Patronal	1.312,20	1.353,01	1.395,09
Décimo tercer sueldo	900,00	927,99	956,85
Décimo cuarto sueldo	340,00	350,57	361,48
Vacaciones	450,00	464,00	478,43
Fondos de reserva	900,00	927,99	956,85
Totales	17.572,20	18.118,70	18.682,19

Fuente: Presente Estudio.
Elaborado por: La autora.

En la tabla 10 se muestra el presupuesto de los tres años de aplicación del modelo en la compañía SOELEC, cada año se le consideró el efecto de la inflación proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

En el caso de los activos, la tasa de inflación no se considera porque los mismos van hacer comprados al inicio del proyecto y su consumo se realizará por la duración exacta del mismo, en caso que ocurra un uso acelerado del mismo, se recomienda incluirlos en el balance de la empresa con el modelo de depreciación detallado en este capítulo.

6.6 Resultados

Aplicar el modelo de Responsabilidad Social para la empresa SOELEC (MPE) demanda la utilización de activos fijos y gastos administrativos como son cursos de liderazgo para los jefes y utilización eficiente de los recursos para los empleados.

Controlar la aplicación y el desarrollo del modelo de Responsabilidad Social, necesita la contratación un elemento adicional a la organización, el mismo que estará bajo la dirección del departamento de Desarrollo Humano de la compañía, por la naturaleza de sus actividades en manejar recurso humano.

Las sugerencias de los clientes, facilita la evaluación del personal de venta, porque se utiliza un criterio externo que no tiene la influencia de un ambiente organizacional, además de contar con planes de acción que permitan captar más clientes y aumentar el nivel de ventas para la empresa.

La utilización de activo fijo adicional, no representa un gasto directo para la compañía, ya que su valor de adquisición se depreciará a medida que el proyecto avance, además de aprovechar aspectos del mercado que permitan mejorar el trato hacia los clientes y cumplir a cabalidad la aplicación del Modelo de Responsabilidad Social.

CONCLUSIONES

Este Trabajo de Titulación determinó como se aplican los diferentes Modelos de Excelencia de la Responsabilidad Social en las empresas, identificando las falencias existentes y partiendo de estas debilidades para diseñar un plan de gestión factible para las empresas.

A nivel mundial existen Modelos de Excelencia en los que se basa la Responsabilidad Social como por ejemplo el EFQM, Malcolm Baldrige, Iberoamericano entre otros, utilizados como herramientas para medir la gestión de calidad de las empresas, con el fin de alcanzar los más altos patrones de eficacia y eficiencia a nivel organizacional.

Para realizar un estudio factible se llevó a cabo la investigación de campo cuya finalidad es buscar determinar la aceptación e impacto que el Modelo de Responsabilidad Social podría provocar en la empresa y en los clientes, donde a través de las encuestas se conoció las apreciaciones e ideas que tienen los clientes acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, objetivos, criterios, características, valores, que puede contener dicho modelo, para ser una herramienta utilizada en la empresa que contribuya con la mejora continua de la misma.

Se analizaron 31 criterios que resultaron de la investigación de mercado que se les realizó a los clientes de SOELEC, donde se tomaron en cuenta como base el estudio de los Modelos de Excelencia como son EFQM, Malcolm Baldrige e Iberoamericano compuestos por criterios para el desarrollo de las preguntas de las encuestas, donde los clientes determinaron en los 3 primeros lugares al Liderazgo con un 10,71%, en segundo lugar orientación hacia el cliente y mercado con un 7,42% en tercer lugar a la mejora de la eficacia y capacidades con un 6,39% y los demás criterios expuestos en la tabla # 3, permitiendo clasificarlos según el grado de importancia para conseguir una efectividad

donde a través de esto se puede componer la estructura del nuevo modelo llamado MPE, tomado del 80% de la importancia que establecieron los clientes que permite la combinación de una serie de criterios para el desarrollo efectivo de la empresa SOELEC.

Como se puede apreciar en el Gráfico # 26, el Modelo de Excelencia que tuvo mayor aceptación por los clientes fue el de Malcolm Baldrigue con 29,42%, seguido del modelo EFQM con 28,85% y por último el modelo Iberoamericano con 20,39%; por lo tanto se puede concluir que al combinar estos Modelos de Excelencia se pudo obtener resultados importantes que permitan la composición del nuevo modelo para la empresa SOELEC "MPE", el cual quedó compuesto en 14 criterios que permitan la evaluación efectiva de la compañía logrando obtener estándares de calidad frente al mercado competitivo.

El modelo de implementación que se planteó, busca crear dimensiones y estrategias en las cuales se enfocan directamente los grupos a los que se pretenden llegar, cuidar, respetar, velar por la comunidad, aportar con el cumplimiento de la Responsabilidad Social, enfocándose en el Modelo MPE compuesto de 14 criterios, en donde la empresa podría obtener grandes beneficios que ayuden al crecimiento organizacional como mejorar el desarrollo de las estrategias, planes de acción, contribuir al logro de los objetivos, mejorando la confianza en el largo plazo y respondiendo a las necesidades de sus grupos de interés. Aplicando los diferentes criterios aportados de los resultados de la investigación de mercado antes mencionada a los clientes de la empresa Soluciones Eléctricas SOELEC y contribuir a la mejora de la compañía.

RECOMENDACIONES

Dentro de un trabajo que busca la mejora de las organizaciones, es recomendable lo siguiente:

- Sería importante que el Modelo de Responsabilidad Social se desarrolle en forma conjunta con todos los miembros que forman parte de la organización, para analizar y concientizar los beneficios que se obtendrían al aplicar dicho modelo.
- Resulta necesario llegar a los colaboradores que forman parte de la empresa para crear una lealtad de los mismos, velando por sus intereses, realizando cursos de capacitación, motivación que permitan el desarrollo profesional de cada uno de ellos, esto permitirá que haya un crecimiento y por ende mejoras en la empresa.
- Es recomendable una campaña interna en las organizaciones para que los funcionarios conozcan el rol importante que tiene la Responsabilidad Social para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, enfocarse en temas que aporten como ambiente laboral, valores éticos, prestar atención a los grupos de interés y los cuidados al medio ambiente.
- Realizar actividades que se planteen por medio de las estrategias, medir como se están llevando a cabo las diferentes actividades, corroborando si se logran las metas trazadas y si se están utilizando de manera eficaz las herramientas para cumplir las metas de la empresa.
- Es necesario enfocarse en las áreas donde se está fallando como son los valores éticos, respeto a las partes interesadas, el Medio Ambiente, en ciertas ocasiones por falta de conocimiento no se llevan planes para reducir la contaminación, no se infunde en su totalidad los valores éticos y no se lleva a cabo los seguimientos de ayuda a las partes interesadas en la comunidad.

- Es apropiado que al aplicar el Modelo de Responsabilidad Social se establezcan indicadores para medir la efectividad de los resultados obtenidos de dicho proceso, estableciendo así los beneficios obtenidos de dicha implementación.

Anexos

ANEXO 1: EL PLAN DEL BUEN VIVIR EN LA CONSTITUCIÓN

Plan del Buen Vivir

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección primera

Agua y alimentación

Art. 12.- El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Sección segunda

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumakkawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Sección quinta

Educación

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir.

Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente

sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

Art. 29.- El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

Sección sexta

Hábitat y vivienda

Art. 30.- Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural.

El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Sección séptima

Salud

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva.

La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado.

La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

TÍTULO VI: Régimen de Desarrollo

Capítulo primero

Principios generales

Art. 275: El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumakkawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276: El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277: Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.
2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.
4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.
5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.
6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

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

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Encuesta

El motivo de esta encuesta es conocer la apreciación que tienen los clientes acerca de que se implemente un modelo de Responsabilidad Social en la empresa Soluciones Eléctricas S.A. SOELEC, que permita obtener ventajas competitivas frente a la competencia, y que sean aplicables a cualquier tipo de empresa.

Fecha: _____

GÉNERO: F___ M___

Profesión: _____
_____ No _____

Trabaja en relación de dependencia: Si

Área de la empresa donde tiene su cargo (en caso de que aplique): _____

Escoger máximo 2 respuestas por cada pregunta.

1.- ¿Qué criterios considera Ud. más importantes para determinar el nivel de excelencia en una empresa?

1. Satisfacción del cliente.

2. Calidad de productos y servicios.

3. Buen clima laboral.

4. Rentabilidad.

2.- Para obtener mejores resultados, las empresas deben orientarse:

1. Al desarrollo social, económico.

2. A la mejora de eficacia y capacidades.

3. Al conocimiento y desempeño del personal.

3.- ¿Qué sistemas de evaluación cree Ud. que se podrían aplicar a las empresas para medir su desempeño?

1. Sistema de Autoevaluación externo

2. Sistema de Autoevaluación interno

3. Sistema de responsabilidad y sostenibilidad

4.- Para crear un modelo de Responsabilidad Social en la empresa SOELEC, ¿Qué criterios cree Ud. que podrían aplicarse?

1. Liderazgo.

2. Orientación hacia el cliente y mercado.

3. Políticas y Estrategias.

4. Alianzas y recursos.

5.- ¿Qué características cree Ud. que debe contener el modelo de Responsabilidad Social para Soelec?

1. Permitir diagnosticar la mejora de la organización.

2. Ser guía para ayudar a las organizaciones a desarrollar su visión y metas.

3. Analizar cómo la organización diseña, desarrolla, produce y entrega productos y servicios.

4. Ser base para la realización de autoevaluaciones organizacionales.

6.- De los siguientes criterios, ¿Cuáles escogería Ud. como guía para el desarrollo de un nuevo Modelo?

1. Liderazgo.

2. Planteamiento estratégico.

3. Orientación hacia el cliente y mercado.

4. Medición de análisis y gestión al conocimiento.

5. Orientación hacia las personas.

6. Gestión de procesos.

7. Resultados.

7.- Para el desarrollo del modelo de Responsabilidad Social, ¿Qué valores cree Ud. que deben considerarse?

1. Aprendizaje organizacional y personal.

2. Gestión para la innovación.

3. Agilidad.

4. Excelencia impulsado por el cliente.

8.- De los siguiente es objetivos, ¿Cuáles le parecen más importantes para el desarrollo eficiente de las empresas?

1. Determinar los requerimientos, necesidades y expectativas del cliente.

2. Definir la manera en la que el trabajo ayude a sus colaboradores.

3. Evaluar el desarrollo de los planes de acción en la organización.

4. Evaluar el desarrollo de los planes de acción en la organización

Bibliografía

26000, N. N. (01 de 11 de 2010). Guia de Responsabilidad Social. Recuperado el 1 de Noviembre de 2010, de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

Baca, G. (2011). Evaluación de Proyectos (6ta ed.). Mc Graw Hill.

Borello, A. (1994). El Plan de Negocios . Madrid : Diaz de Santos .

Brito, P. (01 de 12 de 2011). Salud S.A.: Programa Kaizen. EKOSnegocios, 86.

Cabezas, A. M. (2002). SEPRONAC es Seguridad con alma social. EKOSnegocios, 168.

Cabezas, A. M. (2012). Seguridad con Alma Social. EKOSnegocios, 168.

Carmen de Nives, L. R. (7,8 de 09 de 2006). Comparación entre los modelos de Gestión de Calidad: EFQM, MALCOLM, IBEROAMERICANO. Obtenido de http://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2332/mod_resource/content/1/Modulo_4/Semana_4_M4.S4_LB_6.Comparacion_EFQM.ISO.MB._OPS.pdf

CECT. (s.f.). Corporación Ecuatoriana de Calidad Total. Obtenido de http://www.lstecuador.com/corporacion/corporacion/index.php?option=com_content&view=article&id=50:malcolm-baldrige&catid=36:informacion-basica&Itemid=97

centraRSE.(2006). Obtenido de http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

Fernández, Á. (2004). Investigación y Técnicas de Mercado. Madrid: ESIC.

Fred, D. (2003). Conceptos de Administración Estratégica (Novena ed.). Mexico: Pearson.

FUNDIBEQ. (2010). Obtenido de <http://www.fundibeq.org/opencms/opencms/PWF/pattern/index/>

Garriga, E., & Melé Carné, D. (2004). Ética empresarial y Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de IESEinsight: <http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=389&ar=6&idioma=1>

Global Reporting Initiative. (s.f.). Obtenido de <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>

González, T. (06 de 2003). La Responsabilidad Social de la empresa, un buen negocio. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/resobneg.htm#mas-autor>

Herrera, H. M. (16 de 08 de 2005). El Marco teórico de la Responsabilidad Social Empresarial. En H. M. Herrera, El Marco teórico de la Responsabilidad Social Empresarial (pág. 30). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 2012, de <http://books.google.es/books?id=FNtOLTYrftEC&printsec=frontcover&dq=que+es+responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ei=oLbiUo2ZEdWksQSf2oH4BQ&ved=0CD8Q6AEwAA#v=onepage&q=que%20es%20responsabilidad%20social%20empresarial&f=false>

Instituto Responsabilidad Social Empresarial. (s.f.). Obtenido de <http://www.irsec.org/>

Martínez, H. (2005). El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial (Primera ed.). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Martínez, J. M. (2002). Innovación y Mejora Continua según el modelo EFQM de Excelencia. En J. M. Martínez, Innovación y Mejora Continua según el modelo EFQM de Excelencia (págs. 24, 25, 26). Madrid: Díaz de Santos S.A.

Modelo de Excelencia EFQM. (s.f.). Obtenido de <http://www.arnaut.net/sites/default/files/images/documentos/ader-modelo-efqm.pdf>

Modelo de Excelencia en la Gestión Malcolm Baldrige. (s.f.). Recuperado el 2006, de http://www.praxis.com.pe/portal/sites/default/files/m_baldrige_2006.pdf

Nueva Norma ISO 26000, G. d. (01 de 01 de 2010). <http://www.globalstd.com>. Recuperado el 15 de 08 de 2012, de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

Owen, R. (2004). Administración Moderna. (G. Noriega, Ed.) Mexico: Limusa S.A.

Pampyn, J. (02 de 06 de 2011). Siemens Enterprise Communications concilia gracias a la tecnología. Recuperado el 02 de 06 de 2011, de CUSTOMMEDIA S.L. : <http://www.compromisorse.com/acciones-rse/2011/06/02/siemens-enterprise-communications-concilia-gracias-a-la-tecnologia/>

Porter, M. (2009). Ser Competitivo . España: Deusto.

REDIBEX. (s.f.). Reb Iberoamericana de la Excelencia en la Gestión. Obtenido de <http://redibex.org/quienes-somos/proposito/>

Rodríguez, A. (2005). Cómo hacer responsabilidad empresarial social para la gente. En A. Rodríguez, Cómo hacer responsabilidad empresarial social para la gente (págs. 17-18). Caracas: Publicaciones UCAB.

RSEConsultoria. (5 de 12 de 2005). RSE Consultoria. Obtenido de <http://www.rseconsultoria.com/index.php/noticias/informe-especial/175-antecedentes-definicion-e-importancia-de-la-rse>

SOFOFA. (s.f.). Impulsando el crecimiento de Chile. Obtenido de http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2010/10/Guia_RS.pdf

Szomstein, I. P. (01 de 01 de 2005). <http://www.gestiopolis.com>. Recuperado el 22 de 10 de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/respsocial.htm>

Tomás Perdiguero, A. G. (2005). La responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. En La responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial (págs. 18, 19). Universidad de Valencia (PUV).

LIBROS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CONSULTADOS

Caneda, M. C. (2004). *La Responsabilidad Social corporativa interna: La nueva frontera de los recursos humanos*. Madrid: ESIC.

Estallo, M. d., & Fuente, F. G. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC, 8ava Edición.

García, F. N. (2008). *"Responsabilidad Social Corporativa": Teoría y Práctica*. Madrid: ESIC.

García, R. F. (2009). *"Responsabilidad Social Corporativa"*. España: ECU.

González, M. d., & Torres, M. J. (2010). *Relaciones con la sociedad*. España: Netbiblo, S.L.

Mario, R., & Dolan, S. L. (2009). *"Mas allá. Empresa y sociedad en un mundo en transformación"*. Barcelona: Profit.

Tomás G. Perdiguero, A. G. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*. Barcelona: PUV.

Torres, M. J., & González, M. d. (2010). *Gestión de la RSC*. España: Netbiblo.

Velasco, J. R. (2006). *Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa y su aplicación Ambiental*. Madrid: Dykinson.