

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR



**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS**

TEMA:

**“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
DE LA EMPRESA TUPERWARE DEL ECUADOR, EN LA CIUDAD QUITO, EN
EL PERÍODO 2014-2015”**

JENNIFER PRISCILA RIVADENEIRA

DIRECTORA: MGTR. XIMENA VILLAMAR

QUITO, 2015



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **JENNIFER PRISCILA RIVADENEIRA VALENCIA, C.C.: 1002536116**, autora del trabajo de graduación intitulado: **“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGÍA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA TUPPERWARE DEL ECUADOR Cía. Ltda, EN EL PERÍODO 2014-2015.”**, previa la obtención del grado Académico de **MAGISTER EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS**, en la Facultad de **Psicología**

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Quito, Octubre 2015

JENNIFER PRISCILA RIVADENEIRA VALENCIA

C.C: 1002536116

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi esposo Andrés Paredes, a mi madre Consuelo Valencia y a mi hermana Giovaska Rivadeneira por su eterno apoyo e incondicional aliento, por sus amorosos consejos y cálida orientación. Agradezco además a mis profesoras Ximena Villamar, Grace Latorre y Willma Riera por su constante guía para el desarrollo de este proyecto.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial RSE en el País no es un fenómeno reciente, existen grandes empresas que han hecho de la práctica de la Responsabilidad Social un aliado estratégico para el desarrollo de sus funciones y el cumplimiento de sus metas.

La RSE es una forma de hacer negocios que garantiza a la misma empresa y sus asociados la subsistencia a lo largo del tiempo en los mercados cada vez más cambiantes. La RSE en la actualidad se ha convertido en una necesidad originada por el cambio de valores en la ciudadanía, lo que ha generado nuevas dinámicas empresariales, nuevos roles y nuevos retos.

Uno de los objetivos de la RSE es lograr que las operaciones de una organización se basen en principios éticos que beneficien a la sociedad, el entorno en el cual opera, sus clientes internos y externos y demás. Esto incita a que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus procedimientos.

El propósito de la propuesta de un programa de responsabilidad social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos, es ofrecer una opción estratégica a la empresa a fin de fomentar la inclusión de la responsabilidad social en la política de la misma y en cada una de sus actividades. Estas recomendaciones están basadas en los siete temas fundamentales de la norma internacional ISO 26000 y las mismas se encuentran generadas bajo la realidad de esta empresa.

La implementación de esta propuesta le permitirá a la empresa obtener beneficios a través de la mejora en el clima laboral, la cultura organizacional, motivación de sus empleados/as, entre otros.

El enfoque del programa presentado se basa en un diagnóstico inicial, con el fin de abordar desde una mirada crítica y constructiva cómo ha venido funcionado la organización en materia de responsabilidad social hasta la realización de este estudio.

RESUMEN EJECUTIVO

La RSE es una herramienta para toda organización que aspire a ser innovadora, a generar beneficio y a mantener un negocio prospero.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), menciona que la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de acciones de la empresa que de alguna manera tienen repercusiones positivas sobre la sociedad y así afirman los principios y valores que la rigen, tanto en los métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

Según Cornejo, la Responsabilidad Social Empresarial entendida como la “adopción de una posición ética de uno o varios actores sociales, consistente en el libre y activo compromiso por resolver los problemas de desarrollo de la sociedad y construirla como comunidad democrática, sustentable y solidaria”

El presente estudio se articula de seis partes que sirven de soporte para la presentación de la propuesta de estrategias de responsabilidad social para **TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA.** En el primer capítulo se presenta un marco teórico acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, sus fundamentos teóricos, evolución, conceptos, contexto, gestión estratégica, grupos de interés y ventajas. La segunda parte incluye las herramientas de gestión de la Responsabilidad Social, iniciativas nacionales e internacionales

El segundo capítulo contempla un marco referencial donde se señalan los datos institucionales, las características de la empresa, producto, misión, visión, slogan, valores.

En el tercer capítulo se incluye un marco metodológico donde se define los grupos de interés de la empresa y metodología de la investigación. Se realiza además el diagnóstico de la gestión de la Responsabilidad Social Empresaria de la Organización; según encuesta basada en los siete temas fundamentales de la norma ISO 26000.

En el cuarto capítulo se presenta el diseño y desarrollo de un programa de responsabilidad social como estrategia en la gestión de recursos humanos de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. Además de una sección de estrategias de recursos humanos para la gestión de este programa.

El quinto capítulo se compone de un marco evaluativo, donde se evalúa el cumplimiento de objetivos y se define el impacto del programa.

En el sexto capítulo se entrega una sección de conclusiones y recomendaciones sobre la base de lo cual se procede a perfilar un mapa de ruta para implementar la propuesta de estrategias de responsabilidad social para la empresa.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	I
INTRODUCCIÓN	II
RESUMEN EJECUTIVO	II

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL1

EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL- DESARROLLO HISTÓRICO CONCEPTUAL

EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	1
DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	4
MODELO ELKINGTON – TRIPLE BOTTOM LINE (TBL) O TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	5
CONTEXTO MUNDIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE - DESARROLLO SUSTENTABLE	6
ÉTICA EMPRESARIAL.....	9
GESTIÓN ESTRATÉGICA	10
UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS - GRUPOS DE INTERÉS (TEORÍA DE FREEMAN)	10
LAS VENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS RELACIONES CON LOS STAKEHOLDERS	11

2. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL13

NORMATIVA INTERNACIONAL

NORMA ISO 26000 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	13
GLOBAL REPORTING INITIATIVE GRI G4	15
SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL SA8000	18
PACTO GLOBAL DE LA ONU.....	20
LOS 8 OBJETIVOS DEL MILENIO. (AGENDA POST 2015).....	22

NORMATIVA LOCAL

ORDENANZA 333	24
PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 – 2017	26

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

TEMA.....	29
CARACTERÍSTICAS DE TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA.....	29
TUPPERWARE ECUADOR.....	31

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA EMPRESA TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA., SEGÚN NORMA ISO 26000.....34

DEFINICIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS.....	34
DEFINICIÓN DE HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO.....	39
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41

RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL – 7 TEMAS FUNDAMENTALES

GOBERNANZA.....	42
DERECHOS HUMANOS.....	45
RELACIONES LABORALES.....	47
MEDIO AMBIENTE.....	49
PRACTICAS JUSTAS.....	51
ASUNTOS DE CONSUMIDORES.....	53
PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD.....	55
RESULTADOS GENERALES.....	57

CAPÍTULO IV.

DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA.

DISEÑO

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	62
OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	62
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	63
RESULTADOS DEL PROYECTO.....	64
ACTIVIDADES DEL PROYECTO.....	65
HIPÓTESIS O SUPUESTOS DEL PROYECTO.....	71
PRECONDICIONES DEL PROYECTO.....	73
INDICADORES GENERALES DEL PROYECTO.....	73
FUENTES DE VERIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	83
SOSTENIBILIDAD.....	84

DESARROLLO

MAPA DE RUTA DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	85
OBJETIVO CORPORATIVO DE LA INVERSIÓN SOCIAL.....	86
DESTINATARIOS.....	86
NIVEL DE COBERTURA.....	86
GRADO DE INVOLUCRAMIENTO.....	87
NIVEL DE EXPOSICIÓN PÚBLICA.....	87
BENEFICIOS DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	87

ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS PARA LA GESTIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN.....89

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO1..... 89

- ESTRATEGIAS DE RRHH..... 89
- INDICADORES.....90
- RESPONSABLES.....90

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 2.....90

- ESTRATEGIAS DE RRHH.....90
- INDICADORES.....91
- RESPONSABLES.....91

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 3.....91

- ESTRATEGIAS DE RRHH.....91
- INDICADORES.....92
- RESPONSABLES.....92

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 4.....92

- ESTRATEGIAS DE RRHH.....92
- INDICADORES.....93
- RESPONSABLES.....93

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 5.....93

- ESTRATEGIAS DE RRHH.....93
- INDICADORES.....94
- RESPONSABLES.....94

DERECHOS HUMANOS.....94

ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 1.....94

- ESTRATEGIAS DE RRHH.....94
- INDICADORES.....95

• RESPONSABLES.....	95
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 2.....	95
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	95
• INDICADORES.....	96
• RESPONSABLES.....	96
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 3.....	96
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	96
• INDICADORES.....	97
• RESPONSABLES.....	97
RELACIONES LABORALES.....	97
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 1.....	97
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	97
• INDICADORES.....	98
RESPONSABLES.....	98
PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN.....	98
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 1.....	98
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	99
• INDICADORES.....	99
• RESPONSABLES.....	99
ASUNTO DE CONSUMIDORES.....	99
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 1.....	99
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	99
• INDICADORES.....	100
• RESPONSABLES.....	100
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 2.....	100
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	100
• INDICADORES.....	101
• RESPONSABLES.....	101
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 3.....	101
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	102
• INDICADORES.....	102
• RESPONSABLES.....	102
PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD.....	102
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO1.....	102
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	102

• INDICADORES.....	103
• RESPONSABLES.....	103
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 2.....	103
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	103
• INDICADORES.....	104
• RESPONSABLES.....	104
ACTIVIDAD PRINCIPAL NRO 3.....	104
• ESTRATEGIAS DE RRHH.....	104
• INDICADORES.....	105
• RESPONSABLES.....	105
MEDIOS O INSUMOS.....	105
COSTOS- PRESUPUESTO.....	105
MONITOREO.....	106
MATRIZ DE MARCO LÓGICO.....	106
CRONOGRAMA.....	115
DESTINATARIOS.....	119
EVALUACIÓN.....	119
CAPÍTULO V.	
MARCO EVALUATIVO.....	120
CAPÍTULO VI.	
MARCO CONCLUSIVO	
CONCLUSIONES.....	121
RECOMENDACIONES.....	123
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	128
1. FORMATO DE ENCUESTA.....	128
2. DEFINICIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS. PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE TUPPERWARE DEL ECUADOR. CÍA. LTDA.....	137
3. FICHA DE DESCRIPCIÓN DE PROCESO.....	138
4. PROTOCOLO PARA LA DETECCIÓN Y DENUNCIA INTERNA DE PRÁCTICAS DISCRIMINATORIAS.....	140
5. FORMATO DE DOCUMENTO PARA LA DEFINICIÓN DE POLÍTICAS DE NO DISCRIMINACIÓN.....	141
6. FORMATO PARA EL RECONOCIMIENTO DE MINORÍAS.....	142

7. GUÍA DE ENTREVISTA PARA CONOCER EL NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LAS ACCIONES RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN.....	143
8. FORMATO PARA DEFINIR LOS VALORES Y COMPORTAMIENTOS CORPORATIVOS.....	144
9. FORMATO PARA LA PLANIFICACIÓN DE OBJETIVOS.....	145
GLOSARIO	146

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Hitos sobre el origen y la evolución del concepto de desarrollo sustentable.

Tabla 2. Nómina de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Tabla 3. Gobernanza de la organización

Tabla 4. Derechos humanos

Tabla 5. Relaciones laborales

Tabla 6. Medio ambiente

Tabla 7. Prácticas justas de operación.

Tabla 8. Asunto de consumidores

Tabla 9. Participación activa y desarrollo de la comunidad

Tabla 10. Resultados generales de la encuesta de Responsabilidad Social.

Tabla 11. Plan de acción de Responsabilidad Social. Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Tabla 12. Propuesta de indicadores generales de Responsabilidad Social basados en los siete temas fundamentales y el GRI para Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Tabla 13. Matriz de marco lógico

Tabla 14. Cronograma

Tabla 15. Formato de encuesta

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

- Ilustración 1. Organigrama General
- Ilustración 2. Gobernanza de la organización
- Ilustración 3. Derechos humanos
- Ilustración 4. Relaciones laborales
- Ilustración 5. Medio ambiente
- Ilustración 6. Prácticas justas de operación.
- Ilustración 7. Asunto de consumidores
- Ilustración 8. Participación activa y desarrollo de la comunidad
- Ilustración 9. Resultados generales de la encuesta de Responsabilidad Social.
- Ilustración 10. Mapa de ruta

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial.

- **Evolución de la Responsabilidad Social**

El origen del concepto de responsabilidad social no se encuentra claramente definido. Sin embargo, de acuerdo con Windsor (2001) es posible señalar una “Era Progresiva” en los orígenes del concepto de responsabilidad social, donde resume en tres las posturas que planteaban los fundamentos de la responsabilidad de las empresas frente a la sociedad en esta etapa: a) la filantropía; b) la coacción legal; y c) la conducta moral.

Podemos observar otro período en el desarrollo de la RSE, con las propuestas planteadas por Maurice Clark (1916). Este autor propone la urgencia de que las empresas asuman nuevas responsabilidades económicas y ecológicas, no con un carácter filantrópico o caritativo, ni enmarcadas solamente en las leyes o las costumbres, sino más bien demandando una mayor conciencia de las organizaciones respecto del bien común a la hora de ejecutar sus acciones.

Por otro lado, autores como Camacho (2005) ubican los inicios del concepto de responsabilidad social a comienzos del siglo XX aproximadamente por el año 1920, donde este concepto se definía como “filantropía empresarial o como acción caritativa con un tono demasiado paternalista”.

La filantropía se caracterizan por ser netamente altruistas y sin fines de lucro, se la denomina: caridad, donaciones o ayuda social y van dirigidas a personas o comunidades necesitadas. No obstante en el ámbito organizacional la filantropía carece de popularidad ya que ha sido usada por ciertas empresas para limpiar su reputación; debido a los daños ambientales, económicos y sociales que han causado sus operaciones.

Lo que estuvo funcionando con relación a la acción de proyección social fue la caridad del empresario, pero no la acción de la empresa (Caravedo, 2004)

De acuerdo con Frederick (1994), el concepto de responsabilidad social corporativa a mediados de la década de 1920, comienza a tomar forma tal y como la conocemos actualmente, cuando los responsables de las empresas empezaron a reflexionar respecto de

la necesidad de que las ejecutivos no actuasen, no sólo como representantes de los intereses de los accionistas de la compañía, sino que también de otros grupos sociales.

Por tanto, según diferentes investigadores, es posible afirmar que la época en la que mayoritariamente existe coincidencia, en fijar las bases de la etapa moderna del concepto de responsabilidad social, es en la década del cincuenta del siglo pasado, a partir de los planteamientos de Howard Bowen en 1953 a través de su libro “Social Responsibilities of the Businessman” (Carroll; Spencer & Butler, 1979)

De esta manera, Bowen (1953) “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”. Propone la primera definición formal de RSE y la más aceptada.

Los postulados de Howard Bowen en la literatura de la Responsabilidad Social, hacen que Carroll (1999) lo denomine como “el padre de la responsabilidad social corporativa”.

Marens (2008) identifica a dos generaciones posteriores que contribuyeron de manera importante al desarrollo del concepto de Responsabilidad Social: el grupo de 1960 y 1970 liderado por autores tales como Davis, Epstein, Frederick, Post y Preston; y la generación de la década de los ochenta compuesta por autores como Donaldson y Freeman, estos últimos incorporan el concepto de los stakeholders o grupos de interés al análisis de la responsabilidad social.

Adicionalmente, autores como (Windsor, 2001; Domínguez, 2008) plantean que el origen de la responsabilidad social se encuentra situada en las afirmaciones de Adam Smith en el siglo XVIII, donde hace referencia a la búsqueda de la “aprobación social” por parte de las actividades comerciales, con especial énfasis en aspectos como la reputación, la simpatía y la gratitud que puedan profesar las personas hacia una organización.

De acuerdo con Lee (2008) hacia finales de la década de los noventa, la responsabilidad social comenzó a ser sancionada y promovida por las empresas y la sociedad.

Este señalamiento refleja la necesidad de la época de generar procesos estratégicos entre las sociedades y las empresas, delimitando el campo de acción de la filantropía y de la RSE respectivamente.

En la época contemporánea debemos tomar en cuenta los esfuerzos de organismos internacionales tales como las Naciones Unidas, Banco Mundial, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) o la Comisión Europea a través del Libro Verde, quienes han desarrollado diferentes guías y documentos para destacar los aspectos más importantes de este concepto.

Por otro lado, Barañano (2009) señala que en la década de los noventa la responsabilidad social adquiere relevancia mayor, debido a los resultados de los “nuevos riesgos” de la globalización y la transnacionalización empresarial, reflejados en diferentes problemas financieros, sociales o medioambientales.

Es así como, la población empieza a tomar conciencia de los problemas sociales y ambientales y busca organizarse con el fin de influir en el sector privado o gubernamental y tratar de dar solución a esta clase de problemas.

Por lo tanto, la RSE en la actualidad es una contribución activa comprometida con la misión de la organización y su estrategia, tiene el objetivo de mejorar su situación competitiva, aportar valor, beneficiar a todos sus grupos de interés incluyendo en este grupo el medio ambiente en el que se desenvuelve.

La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible (Tabular, 2010).

Como hemos visto, la conciencia ecológica y el desarrollo moral de las sociedades han logrado que las empresas traten de ser cada vez más competitivas sin dejar de ser responsables socialmente y que procuren la adopción de alternativas diferenciadoras para atraer clientes. Sin embargo, esto no es suficiente ya que en la actualidad gracias al calentamiento global se requiere más que nunca de la conservación antes que del uso, incluso el responsable.

El concepto de Responsabilidad Social predominante de hoy en día hace referencia a la asunción de la obligación de llevar el comportamiento corporativo a un a un nivel superior en el que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no solo con los criterios económicos y legales. (Sethi, 1979; Boatright, 2003).

- **Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial**

La iniciativa internacional de la RSE publicada por la Unión Europea, conocida como Libro Verde (2001). Establece dos dimensiones de la RSE:

Dimensión interna

Dimensión externa

A continuación se describen los componentes de la dimensión interna y externa de la RSE, según directrices del Libro Verde (2001)

Dimensión interna

- Gestión de los recursos humanos.- Incluye acciones relacionadas con programas de capacitación continua, mejora de la calidad de vida laboral y personal, mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, prácticas anti discriminatorias para la selección del talento humano, políticas responsables de contratación y equidad en la retribución.
- Seguridad y salud en el trabajo.- Incluye la creación de políticas de seguridad y salud de orden técnico, legal, humano y económico para evitar peligros en el entorno de trabajo. La identificación de riesgos potenciales y la toma de acciones preventivas.
- Adaptación al cambio.- Incluye procesos de cambio equilibrados, información de primera mano para los trabajadores, planes de contingencia ante las reestructuraciones laborales.
- Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.- Sugiere que las industrias disminuyan el consumo de recursos naturales. Políticas de prevención de desastres ecológicos y planes de acción ante los mismos, integrando la colaboración de las autoridades públicas y las empresas privadas.

Dimensión externa

- Comunidades locales.- Recomendación que las empresas sean responsables con la comunidad en la que realizan sus actividades, adoptando medidas como: preferencia a proveedores locales, voluntariado, patrocinio, creación de empleos, aportes a la educación, entre otras.

- Socios comerciales, proveedores y consumidores.- Sugiere que las empresas cuenten con información real sobre: fidelidad y satisfacción de los proveedores y asociados. Aplicar principios éticos a todas las transacciones que genere la empresa.
 - Derechos humanos.- Recomienda adoptar medidas relacionadas con el cumplimiento de los derechos humanos promulgados por la ONU, de acuerdo con las condiciones laborales de cada Organización: trabajo infantil, trabajo forzado y trabajo en las cárceles y cualquier otra actividad inherente al cumplimiento de cada uno de estos derechos.
 - Problemas ecológicos mundiales.- Incita a que las empresas contribuyan activamente en la solución de los problemas ecológicos mundiales, a través de: ejecución de buenas prácticas ambientales y su difusión, manteniéndose informados sobre el cuidado ecológico e implicación en programas de cooperación internacional.
- **Modelo Elkington – Triple Bottom Line (TBL) o Triple cuenta de resultados de la Responsabilidad Social Empresarial**

John Elkington en su libro *Cannibals With Forks* (2005) propone el modelo– Triple Bottom Line (TBL) o Triple cuenta de resultados de la Responsabilidad Social Empresarial sugiere el uso de tres indicadores de medición de objetivos:

Indicadores sociales

Indicadores económicos

Indicadores medio ambientales.

- Aspecto social: se refiere a prácticas comerciales beneficiosas y justas que debe propiciar la empresa, con sus involucrados interna y externamente, comunidad y región en la que desarrolla sus actividades. Este indicador recomienda que las organizaciones busquen satisfacer las necesidades sociales de todos los involucrados, de forma interdependiente y eviten poner en peligro a cualquiera de ellos.
Entre las variables sociales se encuentran: tasa de desempleo, tasa de participación femenina en el empleo, ingresos promedio por familia, pobreza relativa, crímenes violentos y expectativa de vida.

- Aspecto medioambiental: se refiere a las prácticas medio ambientales sostenibles que minimizan el impacto ambiental y la huella ecológica.

Las nuevas tendencias ecológicas como los mercados verdes, productos orgánicos y la práctica de comercio justo o comercio alternativo; surgen gracias a los compradores de este mercado que están dispuestos a pagar sobrepagos por la garantía de que están contribuyendo con el desarrollo sostenible de las comunidades y el cuidado del medio ambiente.

- Aspecto económico: se refiere al valor monetario que percibe una empresa después de deducir sus costes. Sin duda es un factor muy importante ya que gracias a las rentas económicas es que las empresas se mantienen.

El actual contexto social demanda que las organizaciones socialmente responsables se fortalezcan y se multipliquen, a cambio la sociedad ofrece lealtad y apoyo para el crecimiento económico de estas organizaciones.

Cuando el consumidor se da cuenta de que los productos o servicios que le ofrecen están enmarcados en una cultura de criterios éticos y valores comunes, demuestra solidaridad y compromiso con los proveedores (Albi, 2004).

- **Contexto mundial y desarrollo sustentable**

El término desarrollo sustentable, perdurable o sostenible, se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland o "Nuestro futuro común" (1987), de la ONU.

"El desarrollo sostenible consiste en cómo satisfacer las necesidades de la gente hoy en día, sin afectar (o reducir) la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas " (SINGHAL, 2002)

Hitos importantes del desarrollo sustentable - La declaración de Río de Janeiro, Brasil, de 1992

Tabla 1. Hitos sobre el origen y la evolución del concepto de desarrollo sustentable.

Año	Hito
1913	Primera Conferencia sobre la Protección de Paisajes Naturales (Suiza)
1923	Primer Congreso internacional sobre Protección de Flora y Fauna, Parajes y Monumentos Naturales (Francia)
1948	Congreso Constitutivo de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UNICN Francia)
1972	Publicación del Primer Informe del Club de Roma <i>Los Límites al Crecimiento</i> . Conferencia Internacional sobre el Medio Humano (Suecia) Creación del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)
1987	Publicación del Informe <i>Nuestro Futuro Común</i> , encargado por la ONU. Protocolo de Montreal para la eliminación de sustancias agotadoras de la capa de ozono (Canadá) En vigor desde 1989
1990	Constitución del Consejo de Empresas Multinacionales para el Desarrollo Sustentable (en 1995 quedó constituido en WBCSD: World Bussines Council on Sustainable Devolopment)
1992	Cumbre Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Primera Cumbre de la Tierra(Brasil)
1996	Cumbre de las Américas sobre Desarrollo Sustentable (Bolivia), “Plan de acción para el desarrollo sustentable de las Américas”
1997	Segunda Cumbre de la Tierra. Río + 5 (Estados Unidos)

	Cumbre Internacional sobre el Cambio Climático (Japón). Adopción del Protocolo de Kyoto
2000	Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU. Incluye el objetivo 7: Garantizar la sustentabilidad del medio ambiente.
2002	Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable. Río + 10 (Sudáfrica).
2005	Entrada en vigor del Protocolo de Kyoto. Cumbre Mundial sobre el Cambio Climático (Canadá)
2012	Cumbre Mundial sobre desarrollo Sustentable. Río + 20 (prevista y en diseño)

Raufflet, L. B. (2012). Responsabilidad social empresarial. *Hitos sobre el origen y la evolución del concepto de desarrollo sustentable*.

Considerando que el medio ambiente y los recursos naturales son de naturaleza finita, el desarrollo sustentable es interpretado como un modelo de progreso que pretende avanzar hacia un contexto en el cual, las prácticas de consumo y la producción puedan lograr que las poblaciones del presente y del futuro, disfruten de los mismos recursos naturales o los renueven para que así desarrollen una calidad de vida amigable con el medio ambiente mejor que la de hoy en día.

A pesar de la evolución del desarrollo sustentable y su aporte para fomentar el cuidado del ambiente natural; los estudios señalan que los resultados de indicadores de agotamiento de recursos en el mundo (biodiversidad, calidad de los océanos, reservas de recursos naturales, etc.) son cada vez más elevados.

- **Ética empresarial**

Ética de negocios es “el conjunto de normas, valores y formas de pensar que caracterizan el comportamiento del personal en todos los niveles de la empresa, así sea en la propia presentación de la imagen de la empresa” (García – Echeverría, Pümpin, 1988, p. 68)

En este sentido y según se aprecia, estas orientaciones de conducta pueden influir en el clima y cultura organizacional de las empresas y determinar su política socialmente responsable.

Granda, Camisón (2008) señalan que la correlación entre la ética y responsabilidad social se traduce en la adopción de conductas, comportamientos o reglas a las que se ha convenido en denominar globalmente como códigos, ya sean códigos de conducta, códigos de ética, códigos de buenas prácticas o códigos de buen gobierno, entre otros.

Estos códigos son guías de conducta que propone el empleador, en consenso con los asociados. Es decir es una reiteración formal de los principios morales que determinan las formas de actuar correctas socialmente aceptadas según la empresa en situaciones determinadas.

La ética empresarial sirve para desvanecer conflictos existentes en la Organización mediante una reflexión moral que ayude el trazo de las discusiones y maniobras con acuerdos justificados apropiados a la conducta (Cortina, 1996).

Las nuevas sociedades exigen ética y coherencia además de rentabilidad.

En Latinoamérica y en otras partes del mundo, ciertas organizaciones poco éticas abusan de su poder económico y logran omitir cualquier actividad de responsabilidad social. Lo que expresa los vacíos legales en este ámbito.

Según Cortina (1994) una ética de las organizaciones es indispensable para reconstruir el tejido de una sociedad.

- **Gestión Estratégica**

Una nueva forma de Gestión de las empresas - Grupos de Interés (Teoría de Freeman)

R. Edward Freeman (1984) en su libro *Strategic Management*, informa que la primera definición de stakeholder (grupo de interés) se originó a través de Stanford Research Institute (SRI) en 1963 y que ésta considera a los stakeholders como “aquellos grupos sin cuyo apoyo la Organización dejaría de existir”. La obra más importante en el desarrollo de la teoría de los stakeholders es la de este mismo autor *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, obra basada en diversas investigaciones y conceptos de otros autores, aquí Freeman estableció la idea de que se debe cumplir con los objetivos de los grupos de interés o Stakeholders.

De todas las definiciones de stakeholder la más usada es la de Freeman (1984) en la que afirma que cualquier persona o grupo que intervenga en el logro de los objetivos de una organización o pueda ser afectado por el mismo.

Desde entonces las empresas se han preocupado por el reconocimiento de sus grupos de interés y la satisfacción de sus necesidades. Introduciendo una nueva forma de administración, mucho más dinámica y recíproca entre la dirección de la empresa y el resto de stakeholders que la conforman. De esta manera intentan evitar la afectación al logro de los objetivos de la empresa y garantizar su supervivencia.

Las interacciones que mantiene la empresa se encuentran en constante cambio por lo que no existe una lista genérica de stakeholders.

Dodd (1932) recogió las opiniones de altos ejecutivos de importantes, quienes identificaban cuatro principales grupos de stakeholders: accionistas, empleados, consumidores y público en general.

Johnson (1947) concedió a los directivos la categoría de stakeholder junto con los clientes, empleados y accionistas.

Freeman (1984) describe la evolución experimentada por el entorno empresarial y la necesidad de modificar la concepción de empresa para poder adaptarse a esta nueva

situación, a lo cual contribuye claramente el concepto de stakeholder y la teoría desarrollada a su alrededor.

Raufflet, (2012) afirma que de entre los diferentes componentes de una organización hay ciertos intereses recíprocos de comportamiento de carácter legítimo por satisfacer. Por lo tanto, señala que hay intereses económicos y de otro tipo.

Por consiguiente, todos los grupos de interés ejercen algún tipo de influencia sobre la organización debido a las necesidades que poseen y que dependen de la empresa para satisfacer.

Por tanto es de suma importancia que las empresas estén al tanto de las características, requerimientos y alcance de sus diferentes grupos de interés con el fin de convertirlos en aliados para el logro de los planes estratégicos organizacionales; así mismo deben interesarse en determinar en qué medida pueden convertirse en un obstáculo para el cumplimiento de estos planes.

De acuerdo con lo expuesto podemos concluir que para que funcione la teoría de los stakeholders como una forma de hacer gestión es necesario identificar a los grupos de interés, así como diagnosticar la situación de las empresas con respecto a la Responsabilidad Social y una vez cumplidos estos pasos proceder a diseñar planes de dirección estratégica.

De esta manera lograremos delimitar un camino claro con el fin de que a través de este modelo se pueda gestionar la confianza de los grupos de interés. Dicha confianza es la base de cualquier proyecto empresarial a largo plazo.

- **Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial en las relaciones con los Stakeholders**

Raufflet, (2012) señala que las ventajas de la Responsabilidad Social basada en las relaciones con los grupos de interés son las siguientes:

1. Ofrecer un instrumento útil para la toma de decisiones, la identificación de conflictos; pues se mejora el conocimiento de los grupos de interés, y a su vez los grupos de interés conocen mejor la empresa. Lo que ayuda a evitar, prevenir o gestionando con mayor rapidez la resolución de estos conflictos.
2. La determinación de los grupos de interés favorece el diálogo y aporta al enriquecimiento de las relaciones.
3. Agrega un elemento vital para la reputación y buen nombre e imagen de la empresa frente a los grupos de interés.
4. Potencia la diferenciación de la empresa dentro del mercado, estado y sociedad.
5. Favorece la innovación y creatividad de la empresa, así como su competitividad gracias al mayor conocimiento de los grupos de interés y sus expectativas, necesidades e innovación.

1.2 Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social

- **Normativa Internacional**

Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social

Según la *ISO 26000* documento recuperado el 7 de abril de 2015, de <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso26000.htm>. La Organización Internacional de Estandarización ISO elaboró la norma internacional ISO 26000 con la colaboración de especialistas de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales inmersos en diversos aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial, fue presentada el 1 de noviembre de 2010. La misma es una guía sobre responsabilidad social para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, brinda información sobre los principios de responsabilidad social, materias fundamentales y las formas de consolidar una conducta socialmente responsable en la toma de decisiones de las organizaciones. Cabe mencionar que esta norma no es certificable y es de aplicación voluntaria.

Los principios que plantea dicha norma (ISO 26000, 2010, p 11):

- Rendición de cuentas, dada la naturaleza de las organizaciones están obligadas a informar a la sociedad sobre las actividades que desarrollan.
- Transparencia, el accionar de las empresas debe ser claro, conciso y transparente, tanto en la toma de decisiones como en el cumplimiento de sus responsabilidades.
- Comportamiento ético, fundamentado en valores y principios acordes con la cultura organizacional y la sociedad donde opere.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas, identificación de los grupos de interés sus necesidades y requerimientos.
- Respeto al principio de legalidad, cumplimiento de la normativa legal y procedimientos legales que adopten las organizaciones.
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento, en caso de duda o conflicto sobre el procedimiento a seguir, se debe recurrir a lo que dicta la normativa internacional correspondiente.
- Respeto a los derechos humanos, se debe reconocer y aplicar su cumplimiento en cada ámbito de las relaciones laborales.

Esta norma plantea 7 materias fundamentales de Responsabilidad Social, que se describen a continuación (ISO 26000, 2010, p 23):

- Gobernanza de la Organización.- Toma de decisiones de una Organización en torno a la responsabilidad social, con el fin de cumplir con todos sus objetivos.
- Derechos humanos.- Información sobre cada uno de los derechos humanos promulgados por la ONU.
- Prácticas Laborales.- Comprende todas las políticas y prácticas relacionadas con el lugar de trabajo.
- El medio ambiente.- Impacto que generan las actividades laborales en el medio ambiente y su relación con la RSE.
- Prácticas justas de operación.- Se refiere a la conducta ética de las organizaciones en sus operaciones con otras organizaciones.
- Asuntos de consumidores.- Protección y prevención de la salud y seguridad de los consumidores, prácticas justas de comercialización y mercadeo, información veraz, objetiva e imparcial, servicio al cliente oportuno, consumo sostenible, privacidad de datos, educación y toma de conciencia.
- Participación activa y desarrollo de la comunidad.- Relación socialmente responsable entre la empresa y las comunidades en las que opera.

De acuerdo a los principios y materias fundamentales de la norma ISO 26000 (2010) podemos sugerir los siguientes objetivos:

- Colaborar a las organizaciones para contribuir con el desarrollo sostenible.
- Fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal.
- Promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social.
- Complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social.
- Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social.
- Formar parte de las actividades de la política pública.

Análisis

Las normas ISO tratan sobre estándares de calidad, establecen una normalización de patrones de producción y demás, enfocados en la excelencia. La ISO 26000 pretende determinar la Responsabilidad Social Empresarial dentro de parámetros de las políticas de las empresas,

proporcionando orientación sobre los principios en los que se basa la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social como tal y el involucramiento de todas las partes interesadas de la Organización; con el fin de relacionar las diferentes ideas en un comportamiento social responsable. Esta norma se enfoca en los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social.

Aplicabilidad

Esta norma internacional pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones del sector privado, público u Organizaciones no Gubernamentales, con independencia de su tamaño y su ambiente de operatividad: países desarrollados o en vías de desarrollo.

Esta norma comprende varias aristas, por lo que es de responsabilidad de cada Organización analizar la pertinencia de los mismos, de acuerdo con sus propias consideraciones, entorno, realidad social y el diálogo con las partes interesadas.

El propósito de la norma es que sea utilizada tanto por las empresas que inician en el proceso de adopción de la responsabilidad social, como en aquellas que cuentan con mayor experiencia en su implementación.

Global Reporting Initiative GRI G4

Según la *G4 Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad* recuperado el 7 de abril de 2015, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf> GRI es una Organización sin ánimo de lucro que cuenta con un amplio número de grupos de interés y dispone de una red de más de 30.000 personas a nivel mundial. Fue fundada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Global Reporting Initiative (GRI) se define como una empresa que busca impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Dispone de una guía y marcos teóricos para facilitar la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. La página web GRI cuenta con valiosa información de descarga gratuita.

Principios para la elaboración de memorias (Global Reporting Initiative, 2002, p. 16):

- Principio para determinar el contenido de la memoria.
- Principio para determinar la calidad de la memoria.

Indicadores

Indicadores para la elaboración de memorias (Global Reporting Initiative, 2002, p. 47):

- Categoría: Económico.- Abarca el impacto de las organizaciones en la situación económica de los grupos de interés y economía local, nacional e internacional. Los impactos económicos que la organización tiene ante la sociedad.
- Categoría: Medio ambiente.- Impacto de las actividades de la Organización sobre los ecosistemas y organismos naturales así como la tierra, el aire y el agua.
- Cubre los impactos relacionados por ejemplo con la energía y agua. Productos como: emisiones, efluentes y desechos. Asimismo, abarca aspectos como la biodiversidad, el transporte y la repercusión de productos y servicios, además el gasto en materia ambiental.
- Categoría: Desempeño social.- la repercusión de las actividades de una Organización en los sistemas sociales en los que opera.
- Incluye: Prácticas laborales y trabajo digno; Derechos humanos; Sociedad; y Responsabilidad sobre productos.

Objetivos para la elaboración de memorias.

De acuerdo con los principios, indicadores y conceptos de Reporting Initiative, (2002) podemos inferir los siguientes objetivos:

- Ayudar a las organizaciones a que redacten las memorias de sostenibilidad y que se recojan datos útiles sobre los asuntos más importantes relacionados con la sostenibilidad.
- Facilitar la elaboración de memorias de sostenibilidad por parte de las organizaciones.
- Facilitar la preparación de cualquier documento en el que se deba transmitir información sobre las memorias de sostenibilidad.

- Ayudar a las organizaciones a marcarse objetivos y medir el desempeño con la finalidad de gestionar operaciones sostenibles.
- Ayudar a entender las consecuencias de los descubrimientos en materia de sostenibilidad sobre la estrategia organizacional.
- Colaborar con la mejora de la calidad de la información que se presente para que los grupos de interés de las organizaciones tomen las decisiones adecuadas.
- Contribuir a fin de que la elaboración de memorias de sostenibilidad se convierta en una práctica habitual.
- Promover la estandarización de la elaboración de memorias de acuerdo con la realidad de cada empresa.

Análisis

La GRI pretende colaborar con la generación de una economía global sostenible donde las organizaciones gestionen responsablemente su desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales y elaboran memorias de una forma transparente.

La información de estas memorias sirve para tomar acciones sobre los resultados alcanzados y formular estrategias para que las organizaciones las implementen y administren su impacto en la sociedad.

Aplicabilidad

La Guía en mención ha sido creada para que todas las organizaciones del mundo, pequeñas y grandes, puedan aplicarla sin inconvenientes. Un arduo trabajo de la Organización GRI ha permitido que la G4 resulte fácil de usar tanto para los que cuentan con experiencia en la redacción de memorias como las personas de cualquier sector que tienen su primer contacto con las memorias de sostenibilidad.

La base de esta guía son documentos relativos a la elaboración de memorias reconocidos a escala internacional.

Social Accountability International SA8000

Según *Responsabilidad Social 8000 Norma Internacional* recuperada el 7 de abril de 2015, de http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%202014_Spanish.pdf. La norma SA8000 es una norma internacional auditable y de revisión periódica que establece requisitos a ser cumplidos voluntariamente por parte de las empresas que buscan una certificación. Se basa en derechos de los trabajadores, condiciones del centro de trabajo y los sistemas de gestión. Su normalización está basada en la legislación propia de cada país, instrumentos internacionales de derechos humanos y convenios de la Organización Internacional del Trabajo.

SAI, es una Organización que promueve el respeto de los derechos humanos que persigue la mejora en los lugares de trabajo y comunidades de todo el mundo mediante el desarrollo y la implantación de modelos de conducta socialmente responsable. Mientras que la norma SA8000 es un estándar verificable de las condiciones de trabajo existentes en una empresa y su cadena de valor, hasta la elaboración de productos. Se basa en las normas de la Organización Mundial del Trabajo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la convención sobre los Derechos del Niño de la ONU. El funcionamiento de esta norma contempla la realización de auditorías por parte de un organismo certificador acreditado.

Requisitos de certificación (Social Accountability International, 2001, p. 6):

- Trabajo infantil.- la norma lo define como el trabajo desempeñado por un niño/a, menor de 15 años de edad o de acuerdo a lo que estipule la ley de cada región en este ámbito.
- Trabajo forzoso y obligatorio.- Cualquier servicio o trabajo realizado involuntariamente bajo algún tipo de castigo o amenaza.
- Seguridad y salud.- en términos laborales, es entendida como la ejecución de medidas y el desarrollo de las actividades necesarias para la prevención de riesgos laborales a través de la generación de un ambiente de trabajo adecuado, con condiciones de trabajo justas, mejora de las condiciones de salud y seguridad laborales.
- Discriminación.- Trato distinto y perjudicial por motivos como: origen racial, sexo, nivel socioeconómico, entre otros.
- Medidas disciplinarias.- Reglas encaminadas a señalar las faltas disciplinarias de los trabajadores y empleados de las organizaciones.

- Horario de Trabajo.- Período de trabajo y descanso que establece el comienzo y el fin de la jornada laboral diaria.
- Remuneración.- Pago económico que se otorga a una persona como pago por un trabajo o un servicio realizado.
- Sistema de Gestión.- Programas de gestión o herramientas sistemáticas diseñadas para dirigir, controlar y evaluar el desempeño organizacional

Los objetivos de certificación de la norma son (Social Accountability International, 2001, p. 4):

- Que la sociedad pueda contar con una norma basada en instrumentos internacionales de derechos humanos y leyes laborales nacionales, con el fin de mantener la seguridad de todos los trabajadores incluyendo el personal contratado por la propia empresa así como sus proveedores, sub/contratistas, sub/proveedores y trabajadores desde el hogar.
- Desarrollar, mantener e implementar políticas y procedimientos de acuerdo a los requisitos de esta norma.

Análisis

A través del cumplimiento de esta norma, las organizaciones pretenden cumplir con la legislación local y su vez agregar un aporte internacional y contemporáneo a los cambios sociales.

Dado que es una norma auditable es muy útil como herramienta de gestión. Su sistema de verificación por terceras personas acreditadas la hace muy confiable.

Los requisitos a ser cumplidos voluntariamente por los empleadores en el lugar de trabajo son condiciones de sencillo acatamiento, sin embargo, requieren de un sistema de monitoreo específico, consensuado y periódico. Así como el compromiso de todos quienes conforman la empresa.

Aplicabilidad

El alcance o aplicabilidad de esta norma no se limita a territorios locales, dado su carácter internacional y sus requisitos generalmente aceptados. Está desarrollada de tal manera que puede ser adaptada a las realidades de cada región.

Pacto Global de la ONU

La conceptualización del Pacto Global se encuentra descrito en la página web de la Organización de las Naciones Unidas ONU <http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>. En dicha página informan que este pacto es un instrumento de la ONU que se orienta en la promoción del diálogo social, gubernamental y empresarial para el surgimiento de una verdadera democracia en el ámbito de responsabilidad social, a través de la cual se logre conciliar los intereses de las empresas, valores y demandas de la sociedad civil, vida familiar de los trabajadores, sindicatos y demás planteamientos de la ONU. Su accionar se basa sobre diez principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

También mencionan que el Pacto Global es un instrumento de libre adhesión para las organizaciones con o sin fines de lucro, sindicatos y organizaciones civiles, que promueve el cumplimiento de diez principios, que se mencionan a continuación.

Los Diez Principios del Pacto Mundial

Los principios del pacto global se encuentran descritos en la página web de la Organización de las Naciones Unidas ONU <http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>:

Derechos Humanos

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Objetivos de pacto mundial

Sus objetivos se encuentran redactados en la página web de la ONU misma que se referencia a continuación, <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>:

- Lograr que los derechos humanos reconocidos universalmente sean respetados.
- Conseguir reconocimiento a la negociación colectiva así como la libertad de asociación
- Lograr el apoyo empresarial para la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción para todos y prohibir el trabajo infantil.
- Conseguir que las empresas mantengan un enfoque preventivo y responsable que favorezca el medio ambiente y no lo perjudique.

- Buscar que las Empresas favorezcan el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
- Evitar que en las empresas se establezca la corrupción en cualquiera de sus formas, evitando la extorsión y el soborno.

Análisis

Las organizaciones que toman al Pacto Global como referente, asumen voluntariamente el compromiso de contribuir al cumplimiento de los diez principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con responsabilidad y transparencia en cada uno de los procesos que esta mantiene.

Su aplicación es de largo plazo e implica una mejora continua en el desempeño.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha tenido una gran acogida entre empresas, sindicatos, entidades educativas y ONGs, pero también ha sido criticada por no tener carácter obligatorio.

Aplicabilidad

Se aplica a las empresas adheridas al Pacto Mundial, estas pueden ser desde las pequeñas, hasta las grandes.

Los 8 Objetivos del Milenio. (Agenda post 2015)

Estos objetivos se encuentran descritos en la página web de la ONU <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>.

Los mismos fueron elaborados con el apoyo de especialistas en diferentes temáticas, a través de la Agenda de Desarrollo post 2015. Su trabajo se basó en la identificación de la forma y las prioridades de una agenda de desarrollo para después de 2015.

También hace mención a que la agenda de los 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio ha sido dirigida por los estados miembros de las Naciones Unidas cuyo objetivo es definir un marco de desarrollo general, que vendrá después de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio cuando lleguen a su fecha límite a finales de 2015.

De igual manera indica que la agenda de las Naciones Unidas para el desarrollo después del 2015, reúne a más de 60 entidades y agencias de la familia de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales.

Por último informa que para el cumplimiento de estos objetivos se planea contar con el apoyo de las minorías y grupos más vulnerables (mujeres, niños, personas con discapacidades) para que sean actores activos en el proceso de cambio. A su vez buscan conseguir la participación de compañías del sector privado y el gobierno.

De acuerdo con la página web de la ONU, <http://www.un.org/es/millenniumgoals/> los objetivos son:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir VIH / SIDA, paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Análisis

De acuerdo con los datos que proporciona la ONU, gran parte de los objetivos planteados han sido cumplidos, sin embargo, en temas como: deserción escolar, pobreza extrema, embarazos adolescentes, prevención de la mortalidad infantil, salud reproductiva de la mujer, mejora de la salud materna, sostenibilidad del medio ambiente; el trabajo es arduo y continuo.

Estos objetivos han tenido una gran acogida mundial y ha sido también criticada por los pocos avances y falta de normalización en el tema ambiental.

Aplicabilidad

El éxito en la consecución de estos objetivos, se basa en el involucramiento de las entidades privadas, quienes voluntariamente pueden optar por apropiarse de los mismos e incluir su cumplimiento en sus agendas de trabajo.

- **Normativa Local**

- **Ordenanza 333 de Responsabilidad Social del Distrito Metropolitano de Quito.**

Según la *Ordenanza 333 del Consejo Metropolitano de Quito*, documento recuperado el 07/04/2015 de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/. La misma fue emitida el 25 de noviembre del 2010 y se basa en consideraciones ambientales generales como el plan nacional del buen vivir, derechos humanos universales y artículos de la constitución ecuatoriana.

Esta ordenanza pretende motivar a todas las organizaciones del Distrito Metropolitano de Quito, con o sin fines de lucro, públicos o privados para que desarrollen un modelo de gestión ética, socialmente responsable y de la mano con el desarrollo sostenible.

De acuerdo con este documento se puede observar que los aspectos que contempla dicha Ordenanza son (p.16):

- Creación del día de la Responsabilidad Social.
- Creación del órgano rector de Responsabilidad Social.
- Creación del banco de datos en Responsabilidad Social.
- Creación y conformación del consejo metropolitano de Responsabilidad Social.
- Facilitación de fondos para Responsabilidad Social.
- Generación informe de Responsabilidad Social, de la buena práctica y su revisión.
- Creación del Sistema de Incentivos a la Gestión de la Responsabilidad Social.
- Creación del reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social.
- Creación de la clasificación de las prácticas de Responsabilidad Social a ser reconocidas.
- Clasificación de destinatarios del reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social.

- Clasificación de categorías del reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social.
- Establecimiento de requisitos generales para optar por la candidatura al reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social.
- Creación de las bases del reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social.
- Información sobre la inscripción al reconocimiento de Responsabilidad Social.
- Bases para la selección de candidatos al reconocimiento de Responsabilidad Social.
- Conformación del jurado para el reconocimiento de Responsabilidad Social.
- Generación de un cronograma para el reconocimiento de Responsabilidad Social.
- Declaración de los componentes del reconocimiento de Responsabilidad Social.
- Sistema de difusión sobre los avances de Responsabilidad Social.
- Creación de las disposiciones generales y transitorias de la ordenanza 333 de Responsabilidad Social del Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos

Los objetivos que podemos inferir de la mencionada Ordenanza (p. 5) son:

- Involucrar a la ciudadanía con el compromiso de la responsabilidad social.
- Monitorear la aplicación de la responsabilidad social en el distrito metropolitano.
- Difundir los avances de responsabilidad social en el distrito metropolitano.
- Coadyuvar esfuerzos para la generación de fondos para la responsabilidad social.
- Incentivar en distintos niveles a las organizaciones de toda índole en el distrito metropolitano para la adopción de sistemas de responsabilidad social.
- Definir las prácticas de responsabilidad social a ser reconocidas para motivar mayor participación.

Análisis

La ordenanza 333 de Responsabilidad Social del Distrito Metropolitano de Quito sin duda es un gran avance en materia de responsabilidad social, sin embargo como se ha mencionado anteriormente, la situación contemporánea exige un profundo conocimiento de la realidad

de las organizaciones del Distrito Metropolitano, antes de la promulgación de cualquier ordenanza o medida de responsabilidad social.

La mencionada ordenanza motiva y reconoce a quienes cumplen con el desarrollo de actividades de responsabilidad social dentro de sus gestiones diarias, y, exhorta a quienes no cumplen. Las bases de la creación de esta ordenanza son de carácter medioambiental, ético, de comercio justo, entre otras.; por tanto, puede ser sujeto de cuestionamiento que no sea más específica con sanciones a las organizaciones que con su actividad directa o indirectamente incumplan con la responsabilidad social medioambiental y hagan daño a seres humanos, ecosistemas y cualquier otro ser vivo. Tomando en cuenta que la Constitución en ciertos artículos reconoce a la naturaleza como un organismo provisto de derechos el cual requiere de un cuidado y respeto. La Constitución establece además, que son deberes de los ecuatorianos respetar los derechos de la naturaleza y preservar los ecosistemas.

Es de vital importancia un estudio de mercado que reconozca las actividades que realizan las empresas del distrito metropolitano y las consecuencias que sus actividades generan tanto a la comunidad como al medio ambiente para que así se puedan gestionar actividades significativas de remediación y planes para evitar que suceda cualquier clase de daño a la naturaleza incluido el ser humano.

Aplicabilidad

La ordenanza 333 de Responsabilidad Social del Distrito Metropolitano de Quito es aplicable a cualquier tipo de Organización sea esta mediana, grande o pequeña; privada, de índole pública o mixta; nacionales o extranjeras. Incluso organizaciones unipersonales.

- **Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017**

Según el resumen en español del *Plan Nacional del Buen Vivir* documento recuperado el 07/04/2015 de <http://www.buenvivir.gob.ec/>.

Dicho documento informa que este Plan es una guía de trabajo para el gobierno central y cuatro años de trabajo; en este documento se observa su postura política, estrategias y

planificación para el próximo período del cual se desprenden 12 objetivos con sus respectivas políticas, líneas estratégicas y metas.

Según el Plan (p. 50) los objetivos son:

1. Consolidar el estado democrático y construcción del poder popular.
2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
3. Mejorar la calidad de vida de la población.
4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos
7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.
8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
10. Impulsar la transformación de la matriz productiva
11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
12. Garantizar la soberanía y la paz, y profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

Análisis

Las empresas nacionales o extranjeras que decidan sumarse a esta iniciativa lo pueden hacer aún si están en desacuerdo con la ideología política. Lo que abre la posibilidad de debate y creación conjunta de un mejor porvenir para los ciudadanos.

Aplicabilidad.

Las empresas ecuatorianas socialmente responsables que decidan trabajar por el cumplimiento de estos objetivos, podrían:

- Mejorar la calidad de vida de la población.

- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.
- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Pueden trabajar de la mano con las entidades del estado encargadas del desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir independientemente de su afinidad o falta de afinidad con el gobierno de turno.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Tema: “Diagnóstico y propuesta de un programa de Responsabilidad Social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos de la empresa TUPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA, en la ciudad Quito, en el período 2014-2015

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA TUPPERWARE

Actividad comercial

Su objeto social es comercialización de recipientes de plástico para uso en hogares.

Ubicación

La empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. Está ubicada en la Av. Manuel Córdova Galarza km 8 ½ Nro. 3-813 (vía mitad del mundo)

Historia

La marca TUPPERWARE se da a conocer en el mercado hace 78 años. Su descubridor fue el estadounidense Earl Silas Tupper, Ingeniero Químico de profesión.

Earl Tupper utilizó el sobrante de la refinación del petróleo para que mediante procesos químicos, conseguir un plástico moldeable, suave, y amigable. Además añadió una tapa selladora hermética para que los alimentos se conservaran con todos sus atributos por más tiempo, y evitar que los líquidos se derramaran.

En 1946, Earl Tupper presentó sus productos al mercado bajo la marca Tupper Plastics TM, sin embargo, a pesar de la calidad de los productos estos no lograron venderse.

Casualmente, la señora Brownie Wise una ama de casa estadounidense comenzó a informar a otras amas de casa sobre las bondades de estos innovadores productos motivando su uso.

La señora Wise se puso en contacto con Earl Tupper a través de una carta en la cual expresaba su deseo de vender sus productos a través del sistema de ventas directas o reuniones hogareñas.

Earl Tupper, accedió a su petición e inmediatamente le envió un listado de precios y productos y le otorgó los permisos completos para venderlos.

La venta de los productos de forma directa posicionó a la Sra. Brownie Wise como Vicepresidenta y Directora General para el nuevo Sistema de Ventas Directas, o “Reuniones Hogareñas Tupperware”.

Historia Inspiradora recuperado el 07/04/2015 de http://www.tupperware.com.ec/?page_id=529

Productos

Los innovadores productos Tupperware cuentan con licencias internacionales, son fabricados bajo las más estrictas normas de calidad y su garantía es de por vida contra defectos en fabricación o en sus materiales.

Esta empresa trabaja diariamente para ser la empresa líder en venta directa, promotora del desarrollo personal de sus colaboradores y su fuerza de venta.

Productos recuperado el 07/04/2015 de http://www.tupperware.com.ec/?page_id=45

Comercialización del producto

La comercialización y venta de los productos Tupperware se realiza mediante venta directa a través de catálogo, el cual se renueva mensualmente. Uno de los métodos de venta son las “fiestas hogareñas” en las cuales se hacen demostraciones de productos Tupperware y se informan las bondades de los mismos ante un número de invitados.

La oportunidad recuperada el 07/04/2015 de http://www.tupperware.com.ec/?page_id=8

Fuerza de ventas

La fuerza de ventas de la compañía está compuesta en un 100% de población femenina. Tupperware ofrece la oportunidad de manejar un negocio propio, flexible e independiente,

la empresa se preocupa por su crecimiento personal y profesional. La compañía ofrece capacitaciones constantes acerca de los productos del catálogo en vigencia, así como en temas de desarrollo personal.

Reuniones Tupperware recuperada el 07/04/2015 de http://www.tupperware.com.ec/?page_id=4

TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA.

Según estatutos de la compañía, el 10 de Octubre de 1994 TUPPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA., inició su actividad comercial.

Esta compañía es una multinacional de capital extranjero, su sede principal está en Orlando – Estados Unidos. Y desde 1963 tiene presencia en seis países europeos, además de Japón y Australia. Tupperware también tiene oficinas en África y América Latina desde antes del año de 1970. Tupperware se encuentra en casi 100.

En el mercado ecuatoriano Tupperware lleva 21 años de excelente trayectoria. Desde entonces se mantiene formando parte de las familias ecuatorianas, muy comprometida y empoderada de su rol de transformar vidas especialmente de mujeres en situación de vulnerabilidad.

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

Misión:

Cambiar vidas una a la vez

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

Visión:

Ser la empresa de Venta Directa líder a nivel mundial.

Brindando a nuestros consumidores, productos innovadores de alta calidad, llevados a ellos de una forma didáctica y entretenida.

A nuestra fuerza de venta independiente una oportunidad de desarrollo personal y una vía para ganar dinero.

A nuestros asociados, la oportunidad de desarrollo a través de capitalizar sus talentos y habilidades para ser reconocidos y recompensados por ello.

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

¿Cómo lograrlo?

Con una marca confiable con productos de alta calidad.

Ofreciendo una significativa oportunidad de crecimiento y ganancia.

Con un sistema de ventas dinámico y entretenido.

Llevándote de la mano a través del plan de capacitación o entrenamiento.

Sorprendiéndote con reconocimientos y premios que “te quitarán el aliento”.

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

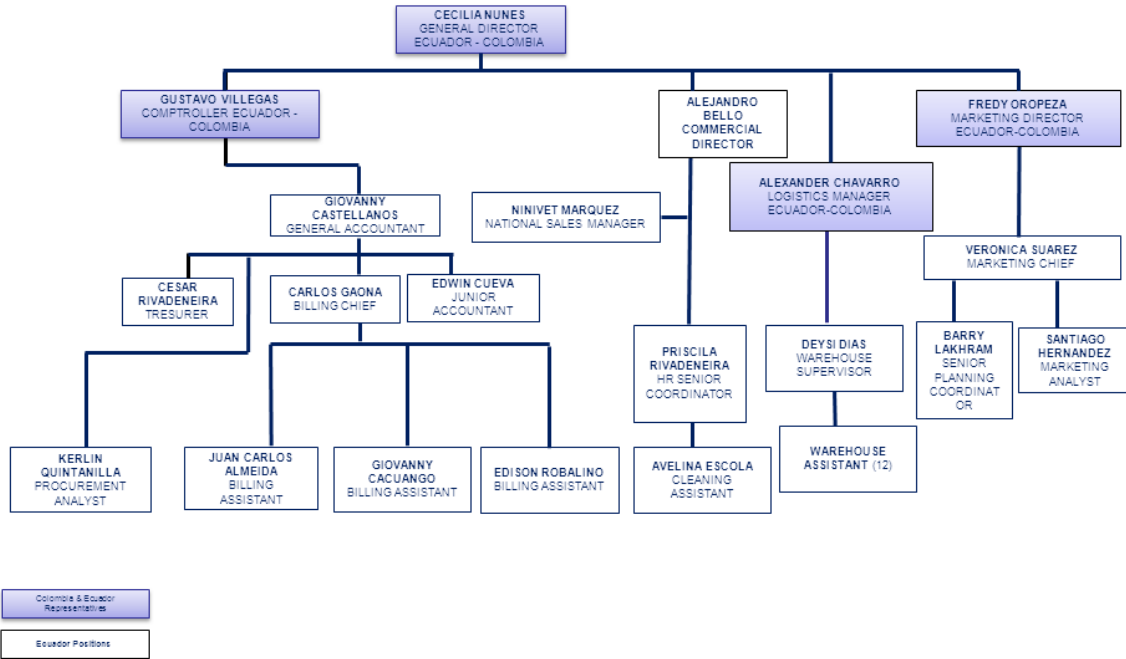
Valores institucionales:

El accionar de la Compañía se guía por:

- Respeto
- Responsabilidad
- Reconocimiento
- Motivación
- Oportunidad
- Calidad
- Servicio
- Cuidado del Medio Ambiente

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

Ilustración 1. Organigrama General



SEPTEMBER 2015

Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. (2015). Recursos Humanos Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. *Organigrama General*.

Slogan

“El camino hacia el futuro. Preservar la posición de la compañía, como líderes a nivel global en venta directa de productos innovadores y de calidad”.

La mencionada información se encuentra disponible en la página web que se detalla http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Diagnóstico de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., según norma ISO 26000

El diagnóstico de la gestión de Responsabilidad Social de la Organización, se ha efectuado a través de las siguientes fases:

- Primera fase:

Determinar los grupos de interés de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

- Segunda fase:

Definir la herramienta de diagnóstico de responsabilidad social de la Organización;

Determinar la población y muestra a quien se dirigirá la herramienta de diagnóstico de responsabilidad social de la Organización.

- Tercera fase:

Mostrar los resultados del diagnóstico de Responsabilidad Social de la compañía.

PRIMERA FASE

Definición de los grupos de interés de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Tras reunión mantenida con el presidente de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., el Sr. Alejandro Bello Guerrero. Se concluye que la compañía Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. Gestiona sus responsabilidades sociales y su impacto social en conjunto con seis grupos de interés.

1. Fuerza de ventas.- La red de vendedoras externas a la nómina de la compañía, incluye a unas tres mil personas en todo el territorio nacional; y se organizan mediante ocho distribuidoras:

- Amanecer.
- Desafío.
- Efectiva.
- Energía.
- Fortaleza.
- Líder.
- Porvenir.
- Carisma.

Este dato fue remitido por la Gerente Regional de Ventas, la Sra. Ninivet Marquez.

2. Empleados.- La compañía cuenta con 28 personas dentro de su nómina. Este dato fue remitido por mi persona como Coordinadora Sénior de Recursos Humanos y responsable de este departamento.

Tabla 2. Nómina de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

PERSONAL ADMINISTRATIVO			
DIRECCIÓN COMERCIAL			
1	Alejandro Bello	Director Comercial	Contrato indefinido
2	Ninivet Márquez	Gerente de Ventas	Contrato indefinido
MERCADEO			
3	Verónica Suarez	Jefe de Mercadeo	Contrato indefinido
4	Barry Lackhram	Coordinador de Mercadeo	Contrato indefinido
5	Santiago Hernández	Analista de Mercadeo	Contrato indefinido
RECURSOS HUMANOS			
6	Priscila Rivadeneira	Coordinadora Sénior de RRHH	Contrato indefinido
CONTABILIDAD			

7	Alejandro Castellanos	Contador General	Contrato indefinido
8	Edwin Cueva	Contador Junior	Contrato indefinido
9	Cesar Rivadeneira	Tesorero	Contrato indefinido
10	Kerlin Quintanilla	Analista de Compras	Contrato indefinido
FACTURACIÓN			
11	Carlos Gaona	Jefe de Facturación	Contrato indefinido
12	Juan Almeida	Auxiliar de Facturación	Contrato indefinido
13	Edison Robalino	Auxiliar de Facturación	Contrato indefinido
14	Geovanny Cacuango	Auxiliar de Facturación	Contrato indefinido
SERVICIOS GENERALES			
15	Avelina Escola	Asistente de Logística Interna	Contrato indefinido
BODEGA			
PERSONAL OPERATIVO			
16	Deysi Días	Supervisor de Bodega	Contrato indefinido
17	Guido Yunapanta	Auxiliar de Despacho	Contrato indefinido
18	Ricardo Chicaiza	Auxiliar de Despacho	Contrato indefinido
19	Eduardo Álava	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
20	Luis Ramos	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
21	Walter Escobar	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
22	Juan Espinoza	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
23	Edison Lozano	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
24	José Puente	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
25	Raúl Cabrera	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
26	Rosa Escobar	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
27	Margoth López	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido

28	Franklin Peralta	Auxiliar de Bodega	Contrato indefinido
----	------------------	--------------------	---------------------

Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. (2015). Recursos Humanos. *Nómina de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.*

3. Comunidad local.- La comunidad está representada por empresas e instituciones colindantes al sector, y son las siguientes:

Este dato fue provisto por la Coordinadora Sénior de RRHH.

- Bio italo fertilizantes.
- Complejo de la contraloría general del estado.
- Grupo del Adulto Mayor Espiguitas Doradas.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pomasqui.

4. Proveedores.

Alrededor de 50 proveedores de bienes y servicios de todos los tamaños, así como los socios estratégicos de la compañía. Sin embargo, de entre los mencionados, la compañía cuenta con tres proveedores de servicio fijos:

Corpsistem .- Servicio de nómina

Leader Service.- Servicio de limpieza

Eminser.- Servicio de seguridad.

YO VOY.- Servicio de mensajería.

Carminiani Perez.- Buffet de abogados.

Sidkenu.- Consultora de seguridad y salud ocupacional

Este dato fue remitido por la Srta. Kerlin Quintanilla, Analista de Compras de la Organización.

5. Accionistas

Los datos presentados fueron entregados por el presidente de la compañía, el Sr. Alejandro Bello.

Accionistas directos principales

- GOINGS E V
- HEMUS SIMON C
- LEE JOE R
- ROEHLK THOMAS M
- MARTINEZ ANGEL R

6. Entes de control nacionales e internacionales.

Este dato fue provisto por la Coordinadora Sénior de RRHH.

Internacionales:

- Mercer Colombia Auditores
- Tupperware Brands

Nacionales:

- Ministerio del trabajo.
- Superintendencia de compañías.
- Inen.
- Aduana del Ecuador.
- Pricewaterhouse Coopers del Ecuador Cía. Ltda.

SEGUNDA FASE

Definición de la herramienta de diagnóstico de responsabilidad social de la Organización

En esta investigación se hizo uso de la herramienta cuestionario, el mismo se encuentra conformado por 56 preguntas distribuidas en los 7 temas fundamentales de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, dicho cuestionario mantiene un enfoque holístico y cada una de sus variables o temas fundamentales son interdependientes.

Fue aplicado en Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., y todos sus grupos de interés (Anexo 1).

Temas Fundamentales

Según ISO 26000 documento recuperado el 7 de abril de 2015, de <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso26000.htm>.

1.- Gobernanza de la organización.

Dentro de la encuesta, a este tema le corresponden doce preguntas orientadas a conocer el proceso de toma de decisiones de la organización, para el logro de sus objetivos, incluye los mecanismos de gobernanza formal e informal, estructura de gobierno corporativo, procesos definidos y que deben estar basados en la cultura organizacional de la empresa.

2.- Derechos humanos.

Este tema cuenta con ocho preguntas que buscan conocer la forma de involucramiento de la organización en el cumplimiento de los derechos humanos. Tanto dentro de la organización como en su esfera de influencia. Incluye temas como: debida diligencia, situaciones de riesgos para los derechos humanos, complicidad, resolución de conflictos, discriminación y grupos vulnerables, derechos civiles y políticos, derechos sociales, culturales y económicos, principios y derechos fundamentales en el trabajo.

3. Relaciones Laborales.

Las diez preguntas que conforman este tema fundamental, hacen referencia a las políticas laborales con las que cuenta una organización, prácticas laborales dentro y fuera de ella, incluyendo subcontratos. Incluye los subprocesos de Recursos Humanos: reclutamiento y selección, clima y cultura organizacional, evaluación de desempeño, capacitación, procedimientos disciplinarios, desarrollo humano. Comprende además problemas sociales relacionados al empleo, Seguridad y Salud Ocupacional, condiciones de trabajo, protección y diálogo social.

4. Medio Ambiente

Sus siete preguntas se enfocan a conocer sobre el impacto directo o indirecto que sufre el medio ambiente (uso indiscriminado de recursos, destrucción de hábitats, contaminación y residuos, degradación de asentamientos humanos) debido al desarrollo de las actividades propias de la organización; prevención de la contaminación, uso sostenible de recursos, mitigación del cambio climático, protección del medio ambiente, la biodiversidad y la restauración de los hábitats naturales.

5. Prácticas justas de operación.-

Las cinco preguntas hacen referencia a la conducta ética que mantiene una organización en sus transacciones con otras organizaciones. Busca conocer sobre las prácticas anticorrupción de la organización, participación política responsable, competencia justa, promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor, respeto a los derechos de la propiedad.

6. Asuntos de consumidores

Sus ocho preguntas intentan conocer sobre la gestión de la organización con respecto a las necesidades de los consumidores, esto incluye: atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias; marketing responsable, información objetiva e imparcial y prácticas justas de operación; protección de la salud y seguridad de los consumidores; consumo sostenible; protección y privacidad de datos de los consumidores; acceso a servicios esenciales; educación y toma de conciencia.

7. Participación y desarrollo de la comunidad

Las seis preguntas con la que cuenta este tema fundamental se enfocan en conocer sobre la participación activa de las organizaciones para contribuir al desarrollo de la comunidad, incluye temas como: educación y cultura de la comunidad, creación de empleo y desarrollo de habilidades en la comunidad, desarrollo y acceso a la tecnología en la comunidad, generación de riqueza e ingresos en la comunidad, salud de la comunidad, inversión social en la comunidad.

Determinar la población y muestra a quien se aplicará la herramienta de diagnóstico de responsabilidad social de la Organización.

Población y muestra

El universo o población objetivo fue el total de trabajadores de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., es decir 28 empleados, 16 representantes de la fuerza de ventas, 8 representantes de la comunidad local, 12 representantes de proveedores, 2 representantes del grupo de accionistas, 10 representantes de entes de control nacionales y 4 internacionales.

Muestra

La encuesta fue aplicada a 80 personas de las cuales 28 de ellas representan a los colaboradores de la empresa. Es decir que la encuesta fue dirigida en un 22% a los empleados de la empresa y un 78% a los grupos de interés directos e indirectos.

El método de muestro utilizado es un método no probabilístico, es decir, según Samperti (2011) la muestra es seleccionada a juicio del investigador.

TERCERA FASE

**Mostrar los resultados del diagnóstico de Responsabilidad Social de la compañía.
Determinar la herramienta, así como la población y muestra para el diagnóstico de responsabilidad social de la Organización**

Se procede a continuación a interpretar los resultados de la encuesta aplicada a grupos de interés internos y externos de la Organización. Las respuestas se encuentran tabuladas por cada uno de los 7 Temas Fundamentales de la ISO26000.

1 GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN.

En la tabla N° 3 y la ilustración N° 2 se aprecia los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental Gobernanza de la Organización, donde se observa que el 81% de los encuestados considera que los valores de la Organización no han sido integrados en la gestión de la Organización. El 55% indica que los valores y la cultura organizacional no están definidos en un documento que sea accesible a todos. El 91% cree que no existen criterios claros en la Organización para identificar los grupos de interés, así como el 85% piensa que tampoco han sido identificados todos los grupos de interés y sus integrantes. El 92% piensa que no existen criterios para ponderar la importancia y no se han establecido planes o programas de actuación a base a estas prioridades. El 61% percibe que el concepto de calidad no ha sido integrado a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente). El 85% de los encuestados considera que el concepto de Diversidad / No discriminación no se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización, y que no ha sido promovido desde la dirección. El 63% de la muestra considera que no se han definido objetivos y metas generales, indicadores, responsables y plazos para la gestión de la Responsabilidad Social; así como el 83% de los encuestados cree que no se les dan seguimiento y tampoco se analizan los incumplimientos ni se toman acciones cuando procede.

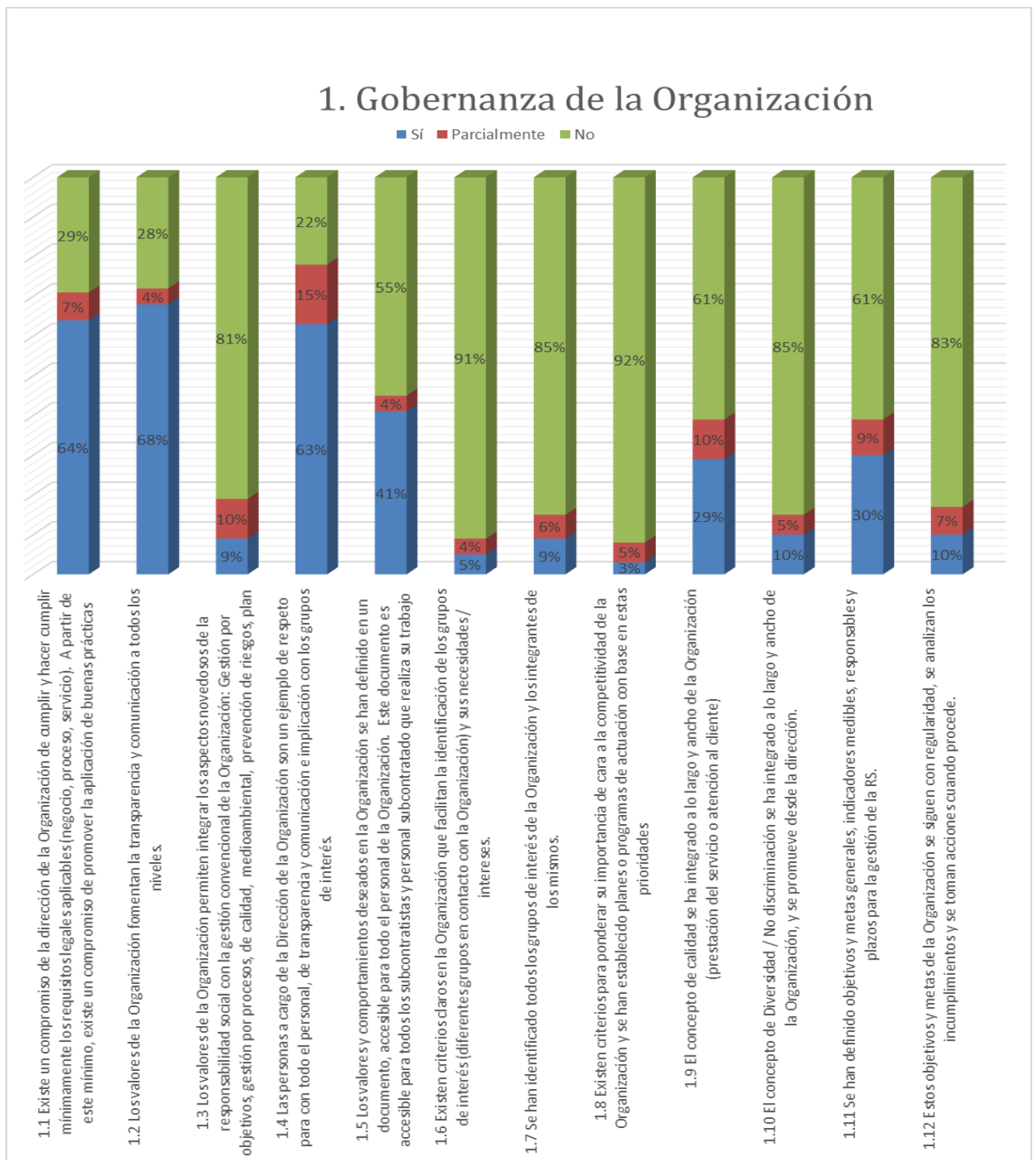
Tabla 3.

1.GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN	SÍ	PARCIALMENTE	NO
1.1 Existe un compromiso de la dirección de la Organización de cumplir y hacer cumplir mínimamente los requisitos legales aplicables (negocio, proceso, servicio). A partir de este mínimo, existe un compromiso de promover la aplicación de buenas prácticas y mejora en la Organización.	64%	7%	29%
1.2 Los valores de la Organización fomentan la transparencia y comunicación a todos los niveles.	68%	4%	28%

1.3 Los valores de la Organización permiten integrar los aspectos novedosos de la responsabilidad social con la gestión convencional de la Organización: Gestión por objetivos, gestión por procesos, gestión de calidad, gestión medioambiental, gestión de prevención de riesgos, planificación estratégica, planificación y seguimiento operativo, cuadro de mando de la Organización.	9%	10%	81%
1.4 Las personas a cargo de la Dirección de la Organización son un ejemplo de respeto para con todo el personal, de transparencia y comunicación e implicación con los grupos de interés.	63%	15%	22%
1.5 Los valores y comportamientos deseados en la Organización se han definido en un documento, accesible para todo el personal de la Organización. Este documento es accesible para todos los subcontratistas y personal subcontratado que realiza su trabajo en nombre de la Organización (si los hubiera)	41%	4%	55%
1.6 Existen criterios claros en la Organización que facilitan la identificación de los grupos de interés (diferentes grupos en contacto con la Organización) y sus necesidades / intereses.	5%	4%	91%
1.7 Se han identificado todos los grupos de interés de la Organización y los integrantes de los mismos.	9%	6%	85%
1.8 Existen criterios para ponderar su importancia de cara a la competitividad de la Organización y se han establecido planes o programas de actuación con base en estas prioridades	3%	5%	92%
1.9 El concepto de calidad se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)	29%	10%	61%
1.10 El concepto de Diversidad / No discriminación se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización, y se promueve desde la dirección.	10%	5%	85%
1.11 Se han definido objetivos y metas generales, indicadores medibles, responsables y plazos para la gestión de la RS.	30%	9%	61%
1.12 Estos objetivos y metas de la Organización se siguen con regularidad, se analizan los incumplimientos y se toman acciones cuando procede.	10%	7%	83%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Gobernanza de la Organización.*

Ilustración 2.



Resultados gráficos de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Gobernanza de la Organización.*

2. DERECHOS HUMANOS

En la tabla N° 4 y la ilustración N° 3 se refleja los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental de Derechos Humanos, donde se observa que al 81% de los encuestados no le parece que la Organización haya puesto en marcha un plan de acciones en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión.

El 90% de los encuestados considera que no existe plan de acción relacionado con la Gestión de la Diversidad e Inclusión o que incluya / aplique a todo el personal de la Organización. El 80% piensa que la Organización carece de un protocolo o proceso para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias. De igual forma con respecto a la gestión de la Diversidad e Inclusión, el 85% de los encuestados no siente que la Organización valore periódicamente la satisfacción del personal; por último el 54% de los encuestados no percibe que la Organización garantice la igualdad de oportunidades en la retribución, (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.

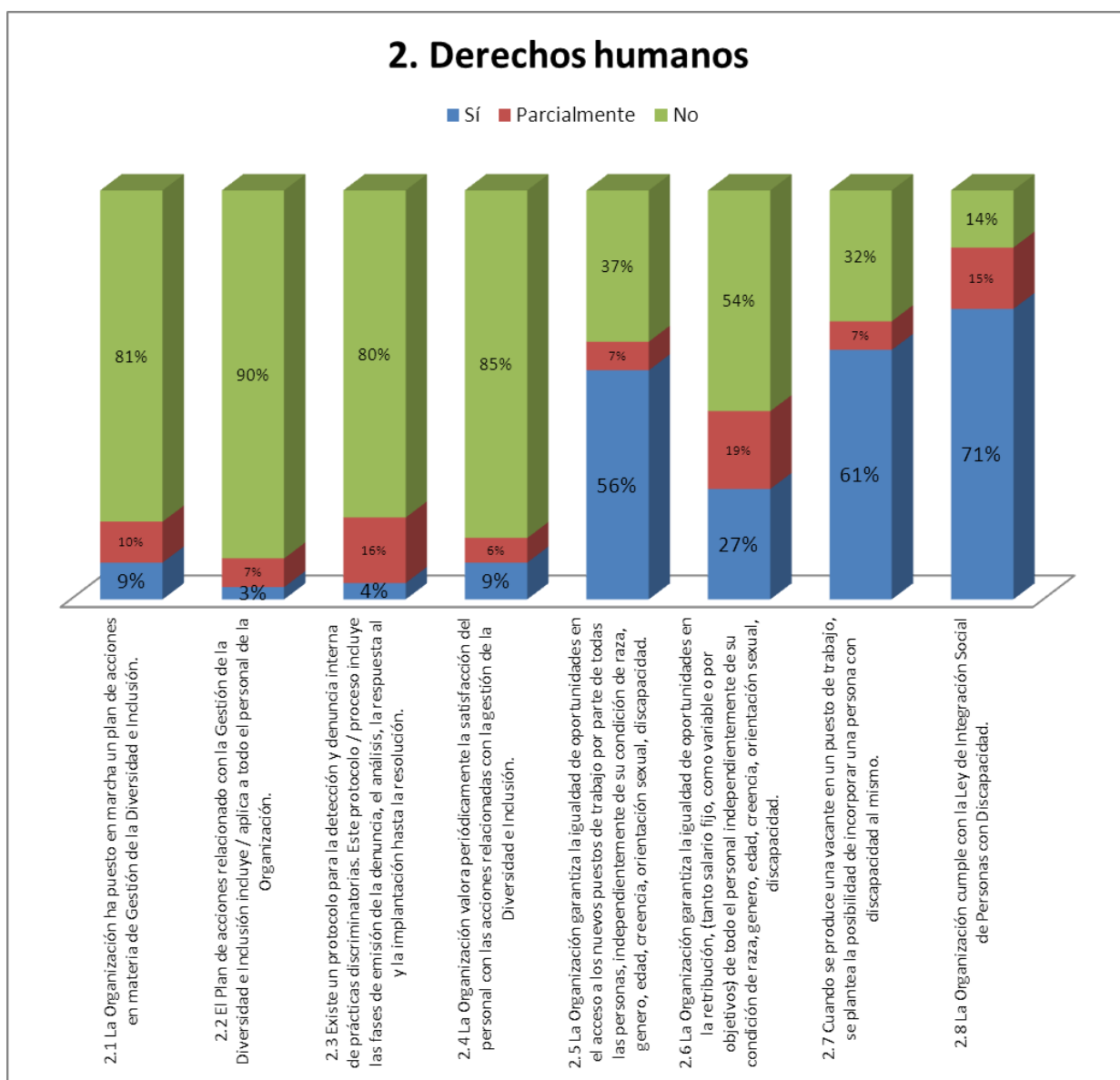
Tabla. 4

2. DERECHOS HUMANOS	SÍ	PARCIALMENTE	NO
2.1 La Organización ha puesto en marcha un plan de acciones en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión.	9%	10%	81%
2.2 El Plan de acciones relacionado con la Gestión de la Diversidad e Inclusión incluye / aplica a todo el personal de la Organización.	3%	7%	90%

2.3 Existe un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias. Este protocolo / proceso incluye las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta al y la implantación hasta la resolución.	4%	16%	80%
2.4 La Organización valora periódicamente la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión.	9%	6%	85%
2.5 La Organización garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a los nuevos puestos de trabajo por parte de todas las personas, independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.	56%	7%	37%
2.6 La Organización garantiza la igualdad de oportunidades en la retribución, (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.	27%	19%	54%
2.7 Cuando se produce una vacante en un puesto de trabajo, se plantea la posibilidad de incorporar una persona con discapacidad al mismo.	61%	7%	32%
2.8 La Organización cumple con la Ley de Integración Social de Personas con Discapacidad.	71%	15%	14%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Derechos Humanos.*

Ilustración. 3



Resultados gráficos de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Derechos Humanos.*

3. RELACIONES LABORALES

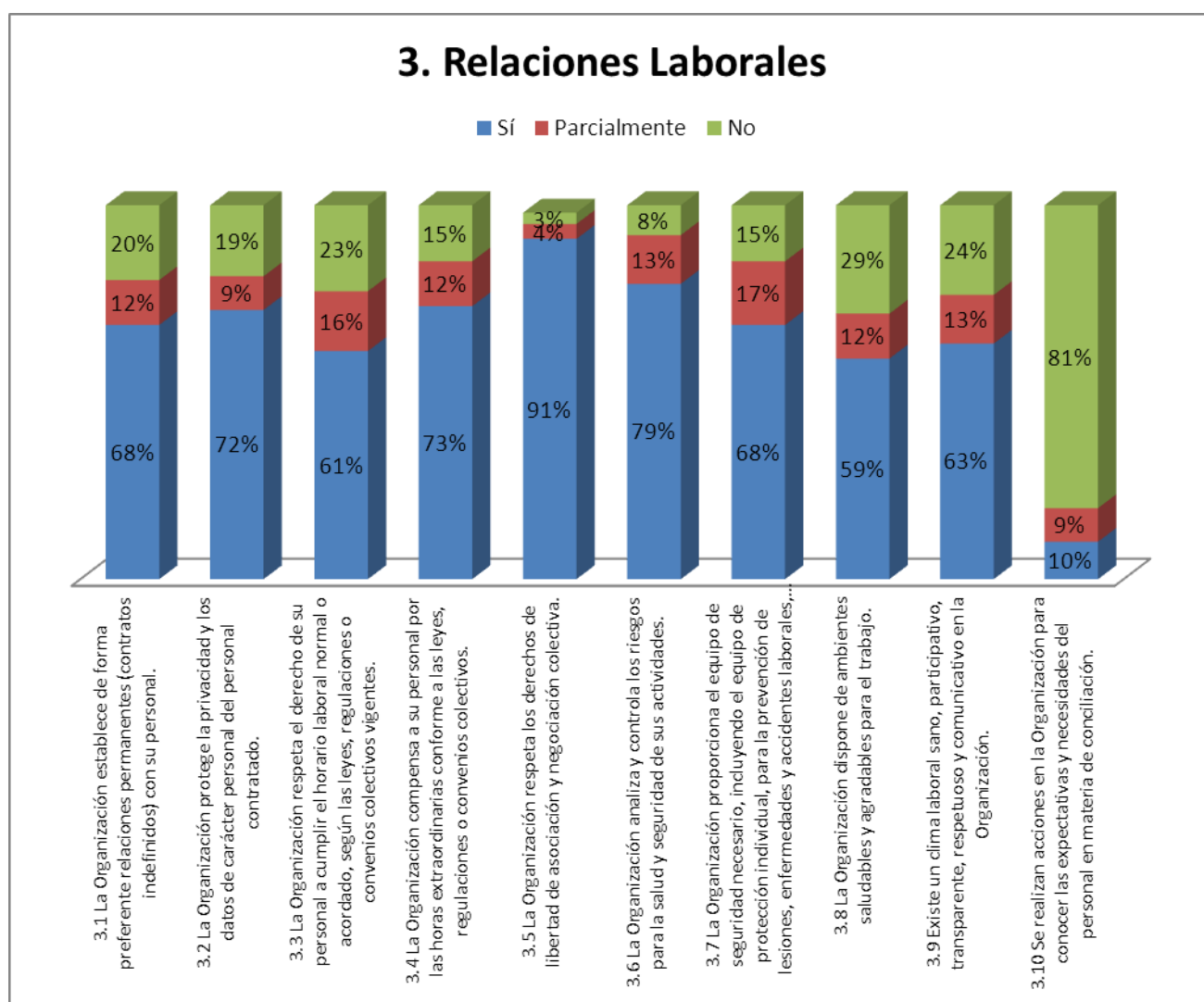
En la tabla N° 5 y la ilustración N° 4 se visualizan los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental de Relaciones Laborales, donde se indica que el 81% de los encuestados no percibe que se realizan acciones en la Organización para conocer las expectativas y necesidades del personal en materia de conciliación.

Tabla. 5

3. RELACIONES LABORALES	SI	PARCIALMENTE	NO
3.1 La Organización establece de forma preferente relaciones permanentes (contratos indefinidos) con su personal.	68%	12%	20%
3.2 La Organización protege la privacidad y los datos de carácter personal del personal contratado.	72%	9%	19%
3.3 La Organización respeta el derecho de su personal a cumplir el horario laboral normal o acordado, según las leyes, regulaciones o convenios colectivos vigentes.	61%	16%	23%
3.4 La Organización compensa a su personal por las horas extraordinarias conforme a las leyes, regulaciones o convenios colectivos.	73%	12%	15%
3.5 La Organización respeta los derechos de libertad de asociación y negociación colectiva.	91%	4%	3%
3.6 La Organización analiza y controla los riesgos para la salud y seguridad de sus actividades.	79%	13%	8%
3.7 La Organización proporciona el equipo de seguridad necesario, incluyendo el equipo de protección individual, para la prevención de lesiones, enfermedades y accidentes laborales, así como el equipo de gestión de emergencias.	68%	17%	15%
3.8 La Organización dispone de ambientes saludables y agradables para el trabajo.	59%	12%	29%
3.9 Existe un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo en la Organización.	63%	13%	24%
3.10 Se realizan acciones en la Organización para conocer las expectativas y necesidades del personal en materia de conciliación.	10%	9%	81%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Relaciones Laborales.*

Ilustración. 4



Resultados gráficos de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). Tema: Relaciones Laborales.

4. MEDIO AMBIENTE

En la tabla N° 6 y la ilustración N° 5 se reflejan los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental de Medio Ambiente, donde se observa que el 73% de los encuestados no cree que la Organización establezca un programa de gestión con objetivos y metas con el objeto de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades.

El 88% de los encuestados no estima que la Organización tenga un plan para evaluar,

prevenir y gestionar los riesgos ambientales asociados a su actividad, así como para mitigar los impactos adversos en el entorno.

El 62% de los encuestados no observa que la Organización promueva una conciencia respetuosa entre su personal en el trato con el medio ambiente fuera del trabajo.

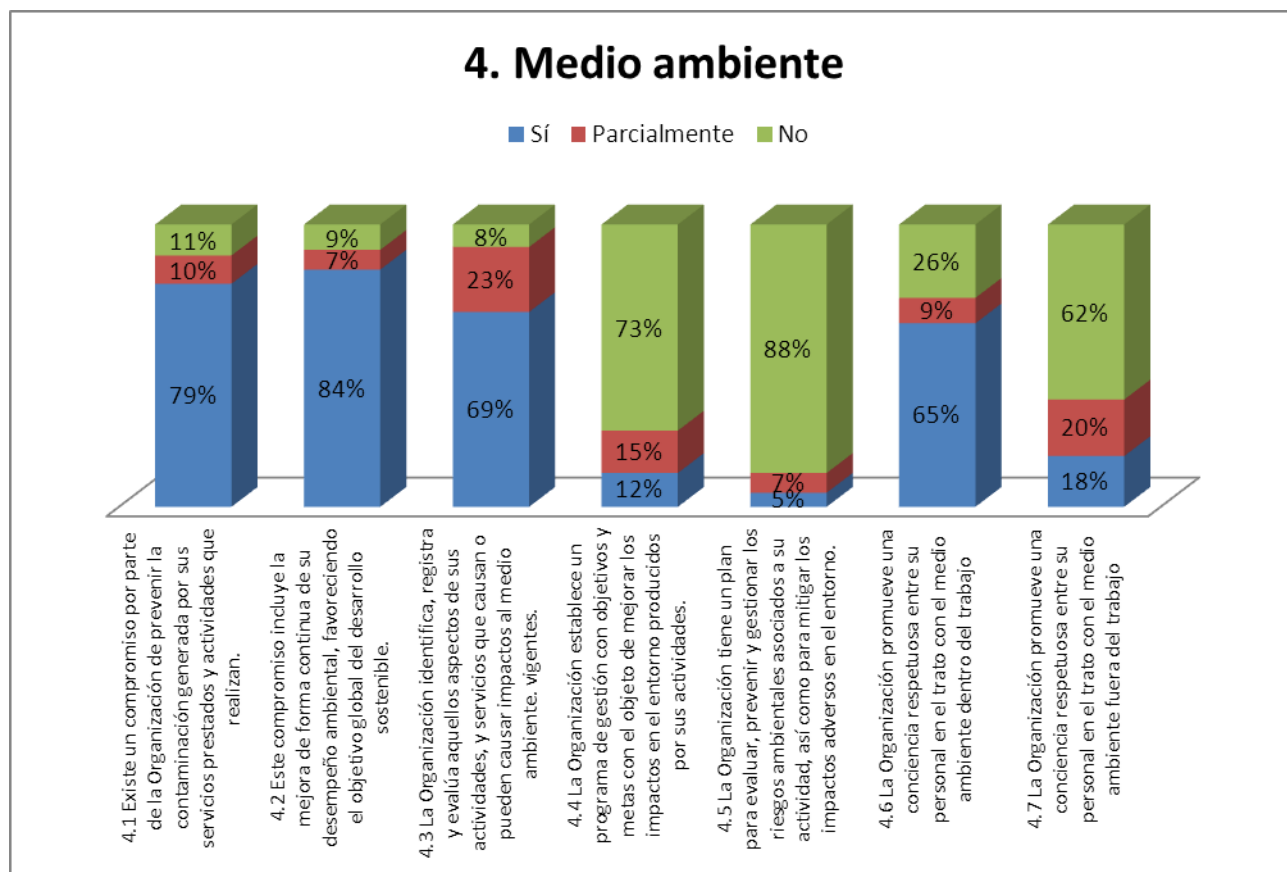
Tabla. 6

4. MEDIO AMBIENTE	SI	PARCIALMENTE	NO
4.1 Existe un compromiso por parte de la Organización de prevenir la contaminación generada por sus servicios prestados y actividades que realizan.	79%	10%	11%
4.2 Este compromiso incluye la mejora de forma continua de su desempeño ambiental, favoreciendo el objetivo global del desarrollo sostenible.	84%	7%	9%
4.3 La Organización identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.	69%	23%	8%
4.4 La Organización establece un programa de gestión con objetivos y metas con el objeto de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades.	12%	15%	73%
4.5 La Organización tiene un plan para evaluar, prevenir y gestionar los riesgos ambientales asociados a su actividad, así como para mitigar los impactos adversos en el entorno	5%	7%	88%
4.6 La Organización promueve una conciencia respetuosa entre su personal en el trato con el medio ambiente dentro del trabajo	65%	9%	26%

4.7 La Organización promueve una conciencia respetuosa entre su personal en el trato con el medio ambiente fuera del trabajo	18%	20%	62%
--	-----	-----	-----

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Medio Ambiente.*

Ilustración. 5



Resultados gráficos de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Medio Ambiente.*

5. PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN

En la tabla N° 7 y la ilustración N° 6 se distinguen los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental de prácticas justas de operación, donde el 86% de los encuestados cree que la Organización no es un referente en temas relacionados con la Responsabilidad Social / Respeto. El 97% de los encuestados señala que la Organización

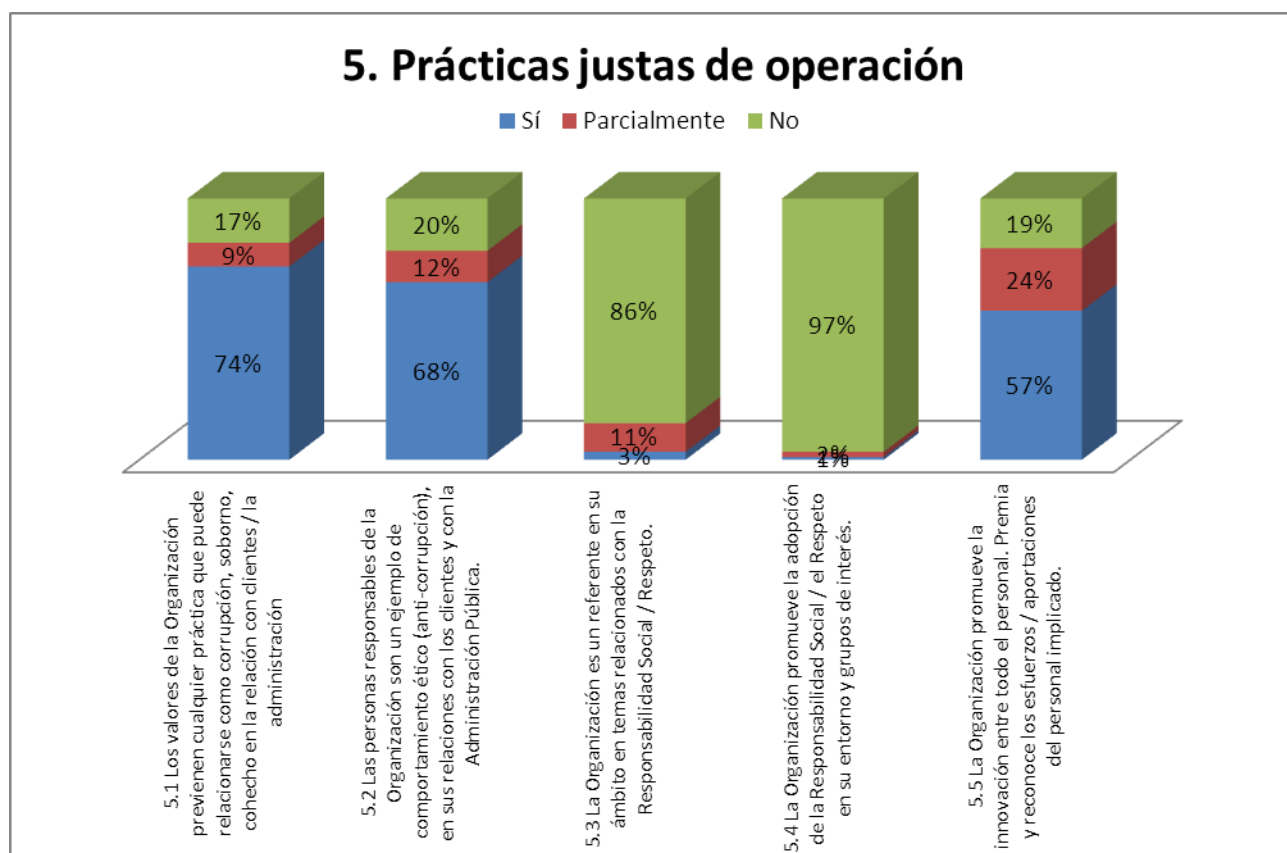
no promueve la adopción de la Responsabilidad Social / el respeto en su entorno y grupos de interés. Así como tampoco perciben que la Organización promueva la innovación entre todo el personal. Premie y reconozca los esfuerzos / aportaciones del personal.

Tabla 7.

5. PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	SÍ	PARCIALMENTE	NO
5.1 Los valores de la Organización previenen cualquier práctica que puede relacionarse como corrupción, soborno, cohecho en la relación con clientes / la administración	74%	9%	17%
5.2 Las personas responsables de la Organización son un ejemplo de comportamiento ético (anti-corrupción), en sus relaciones con los clientes y con la Administración Pública.	68%	12%	20%
5.3 La Organización es un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social / Respeto.	3%	11%	86%
5.4 La Organización promueve la adopción de la Responsabilidad Social / el Respeto en su entorno y grupos de interés.	1%	2%	97%
5.5 La Organización promueve la innovación entre todo el personal. Premia y reconoce los esfuerzos / aportaciones del personal implicado.	57%	24%	19%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Prácticas justas de operación.*

Ilustración 6.



Resultados gráficos de la de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015).
Tema: *Prácticas justas de operación.*

6. ASUNTOS DE CONSUMIDORES

En la tabla N° 8 y la ilustración N° 7 se aprecia los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental de Asuntos de Consumidores, donde se observa que el 61% de los encuestados no percibe que los principios de la calidad formen parte de la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes/ consumidores, el 58% no cree que exista un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes/consumidores, el 87% considera que el sistema de gestión de las reclamaciones no incluye el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada, el 79% considera que la Organización no realiza evaluaciones de la satisfacción del cliente.

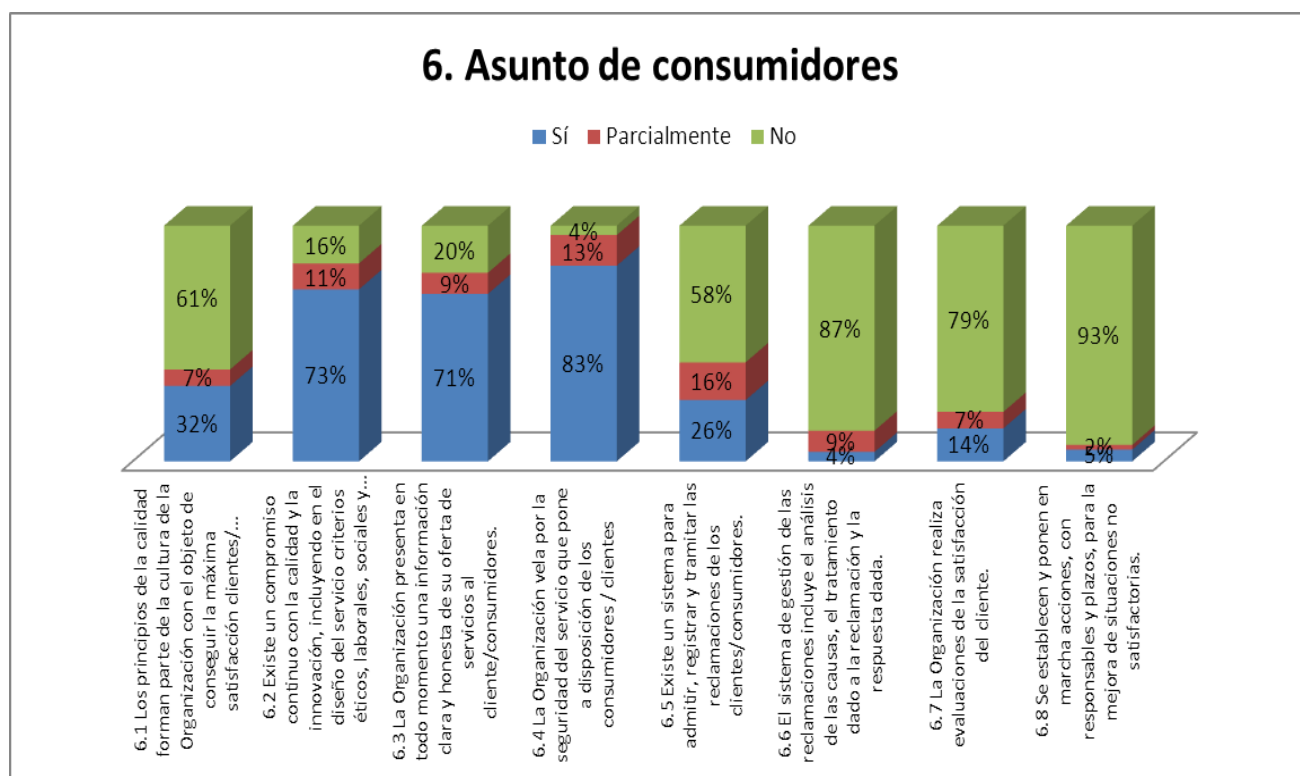
Por otro lado el 93% de los encuestados no percibe que la Organización realice evaluaciones de la satisfacción al cliente ni que establezca y ponga en marcha acciones, con responsables y plazos, para la mejora de situaciones no satisfactorias.

Tabla 8.

6. ASUNTOS DE CONSUMIDORES	SÍ	PARCIALMENTE	NO
6.1 Los principios de la calidad forman parte de la cultura de la Organización con objeto de conseguir la máxima satisfacción de clientes / consumidores.	32%	7%	61%
6.2 Existe un compromiso continuo con la calidad y la innovación, incluyendo en el diseño del servicio criterios éticos, laborales, sociales y ambientales.	73%	11%	16%
6.3 La Organización presenta en todo momento una información clara y honesta de su oferta de servicios al cliente/consumidores.	71%	9%	20%
6.4 La Organización vela por la seguridad del servicio que pone a disposición de los consumidores / clientes	83%	13%	4%
6.5 Existe un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes/consumidores.	26%	16%	58%
6.6 El sistema de gestión de las reclamaciones incluye el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada.	4%	9%	87%
6.7 La Organización realiza evaluaciones de la satisfacción del cliente.	14%	7%	79%
6.8 Se establecen y ponen en marcha acciones, con responsables y plazos, para la mejora de situaciones no satisfactorias.	5%	2%	93%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Asuntos de consumidores.*

Ilustración 7.



Resultados gráficos de la de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015).
 Tema: Asuntos de consumidores.

7. PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

En la tabla N° 9 y la ilustración N° 8 se aprecia los resultados alcanzados en las respuestas obtenidas sobre el tema fundamental Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad, en el cual el 78% de los encuestados desconoce a las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo, el 90% considera que la Organización no entabla relación con estas organizaciones, no proponen proyectos o colaboran en proyectos y grupos de trabajo en curso. El 95% desconoce a las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes. El 98% percibe que la Organización no colabora con estas organizaciones en los proyectos sociales en curso o les proponen nuevos proyectos en colaboración, el 91% cree

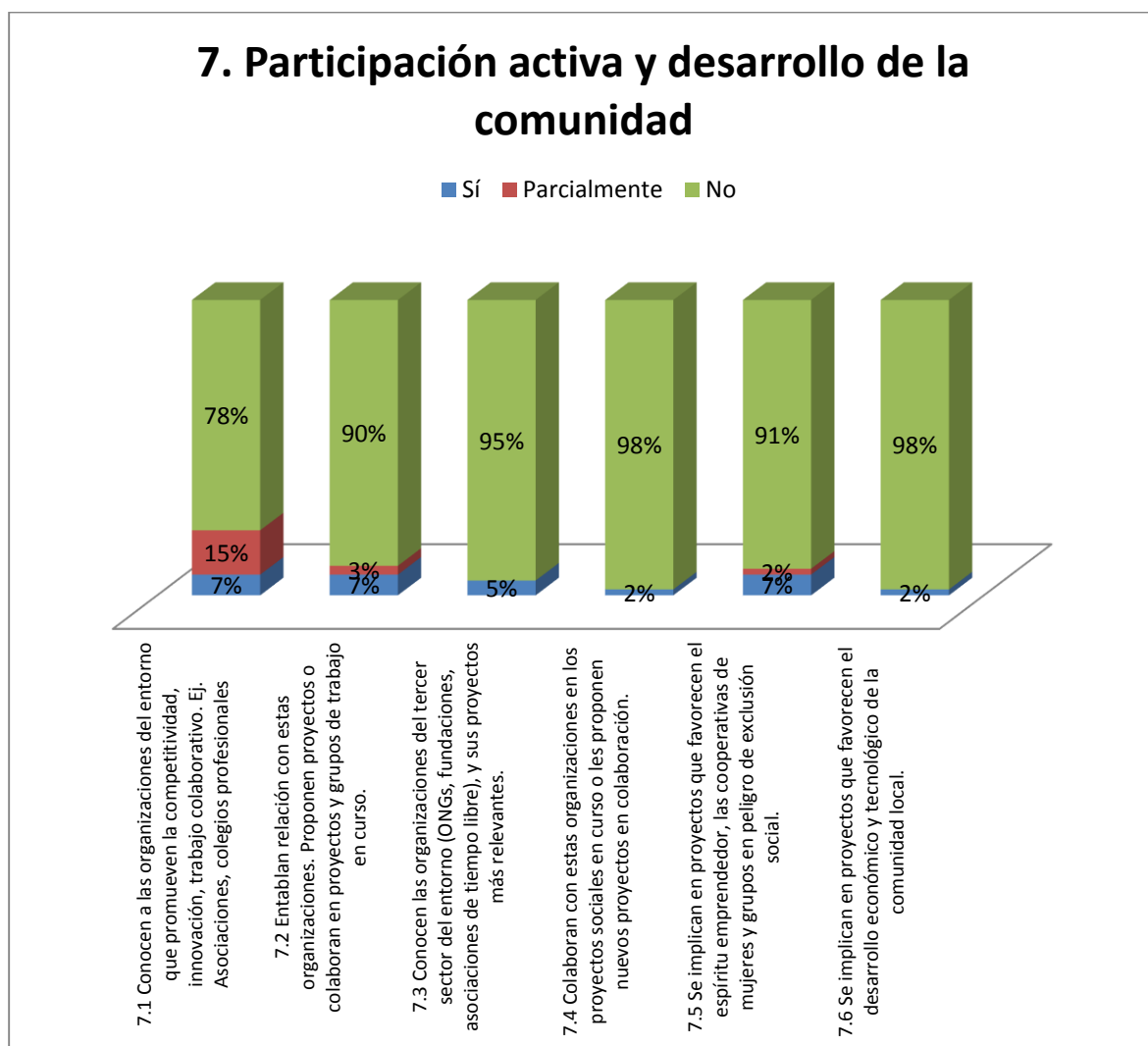
que la organización no se implica en proyectos que favorecen el espíritu emprendedor, las cooperativas de mujeres y grupos en peligro de exclusión social y el 98% piensa que la organización no se implica en proyectos que favorecen el desarrollo económico y tecnológico de la comunidad local.

Tabla 9.

7. PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	SI	PARCIALMENTE	NO
7.1 Conocen a las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo. Ej. Asociaciones, colegios profesionales	7%	15%	78%
7.2 Entablan relación con estas organizaciones. Proponen proyectos o colaboran en proyectos y grupos de trabajo en curso.	7%	3%	90%
7.3 Conocen las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.	5%	0	95%
7.4 Colaboran con estas organizaciones en los proyectos sociales en curso o les proponen nuevos proyectos en colaboración.	2%	0%	98%
7.5 Se implican en proyectos que favorecen el espíritu emprendedor, las cooperativas de mujeres y grupos en peligro de exclusión social.	7%	2%	91%
7.6 Se implican en proyectos que favorecen el desarrollo económico y tecnológico de la comunidad local.	2%	0%	98%

Resultados de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Participación activa y desarrollo de la comunidad.*

Ilustración 8.



Resultados gráficos de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015). *Tema: Participación activa y desarrollo de la comunidad.*

Resultados Generales

Una vez interpretados los resultados obtenidos de manera detallada de acuerdo al cuestionario aplicado (Anexo N°1), a continuación se aprecia en el cuadro N° 8 y el gráfico N° 8 los porcentajes alcanzados por cada uno de los 7 temas Fundamentales de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, lo que facilita valorar el Diagnóstico de la gestión de Responsabilidad Social en la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que sobre el tema fundamental de **GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN**, el 64% de los encuestados no percibe que la organización cuente con un proceso adecuado de toma de decisiones por lo que se evidencia que:

- Los valores de la Organización no permiten integrar los aspectos novedosos de la responsabilidad social con la gestión convencional de la Organización: gestión por objetivos, gestión por procesos, gestión de calidad, gestión medioambiental, gestión de prevención de riesgos, planificación estratégica, planificación y seguimiento operativo, cuadro de mando de la Organización.
- Los valores y comportamientos deseados en la Organización no se han definido en un documento, accesible para todo el personal de la Organización. Tampoco es accesible para los subcontratistas y personal subcontratado que realiza su trabajo en nombre de la Organización.
- No existen criterios claros en la Organización que faciliten la identificación de los grupos de interés (diferentes grupos en contacto con la Organización) y sus necesidades / intereses.
- No se han identificado todos los grupos de interés de la Organización y los integrantes de los mismos.
- No existen criterios para ponderar su importancia de cara a la competitividad de la Organización ni se han establecido planes o programas de actuación con base en estas prioridades.
- El concepto de calidad no se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)
- El concepto de Diversidad / No discriminación no ha sido integrado a lo largo y ancho de la Organización, ni se ha promovido desde la dirección.
- No se presenta evidencia de seguimiento a los objetivos y metas de la Organización, ni se analizan los incumplimientos, tampoco se toman acciones cuando procede.

Con respecto al tema **DERECHOS HUMANOS**, el 59% de la población considera que la organización no evidencia estratégicamente en su esfera de influencia el respeto a los derechos humanos, por lo que se observa que:

- La Organización no ha puesto en marcha un plan de acción en materia de gestión de la diversidad e inclusión que incluya / aplique a todo el personal de la Organización.
- No existe un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluya las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.
- La Organización no valora periódicamente la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión.
- La Organización no garantiza la igualdad de oportunidades en la retribución, (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.

Con respecto al tema **RELACIONES LABORALES**, se puede observar que los resultados generales sugieren que tan solo el 23,7% de los encuestados cree que las relaciones laborales de la Organización son incongruentes a sus políticas, sin embargo en uno de sus puntos:

- El 81% de la muestra considera que la Organización no realiza acciones para conocer las expectativas y necesidades del personal en materia de conciliación.

Por la tanto, dado a que el tema de esta investigación es el diagnóstico y propuesta de un programa de responsabilidad social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos, nos permitimos tomar esta inconformidad como parte de la propuesta de Responsabilidad Social a realizarse en el siguiente capítulo.

En lo referente a las **PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN**, el 52% de los colaboradores considera que la compañía desconoce sobre la conducta que mantiene la organización en sus transacciones, por lo que considera que:

- La Organización no es un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social / Respeto.
- La Organización no promueve la adopción de la Responsabilidad Social / el respeto en su entorno y grupos de interés.

En lo referente a **ASUNTO DE CONSUMIDORES**, el 48% de la población considera que:

- Los principios de la calidad forman no forman parte de la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes/ consumidores

- No existe un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes/consumidores y que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada.
- La Organización no realiza evaluaciones de la satisfacción del cliente.
- No se establecen no se pone en marcha acciones, con responsables y plazos, para la mejora de situaciones no satisfactorias.

Con respecto al tema **PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD**, el 92% de la población cree que la Organización:

- Desconoce al resto de organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.
- No entablan relación con estas organizaciones. Ni propone proyectos o colabora en proyectos y grupos de trabajo en curso.
- Desconoce las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.
- No colabora con estas organizaciones en los proyectos sociales en curso o les proponen nuevos proyectos en colaboración.
- No se implica en proyectos que favorecen el espíritu emprendedor, las cooperativas de mujeres y grupos en peligro de exclusión social.
- No se implica en proyectos que favorecen el desarrollo económico y tecnológico de la comunidad local.

Tabla 10.

ENCUESTA ISO 26000			
TEMA	SÍ	PARCIALMENTE	NO
1. Gobernanza de la organización	28%	7%	64%
2. Derechos humanos	30%	11%	59%
3. Relaciones laborales	64%	12%	24%
4. Medio ambiente	47%	13%	40%
5. Practicas justas de operación	39%	9%	52%
6. Asuntos de consumidores	41%	12%	48%
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad	5%	3%	92%

Resultados generales de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015).

Ilustración 9.

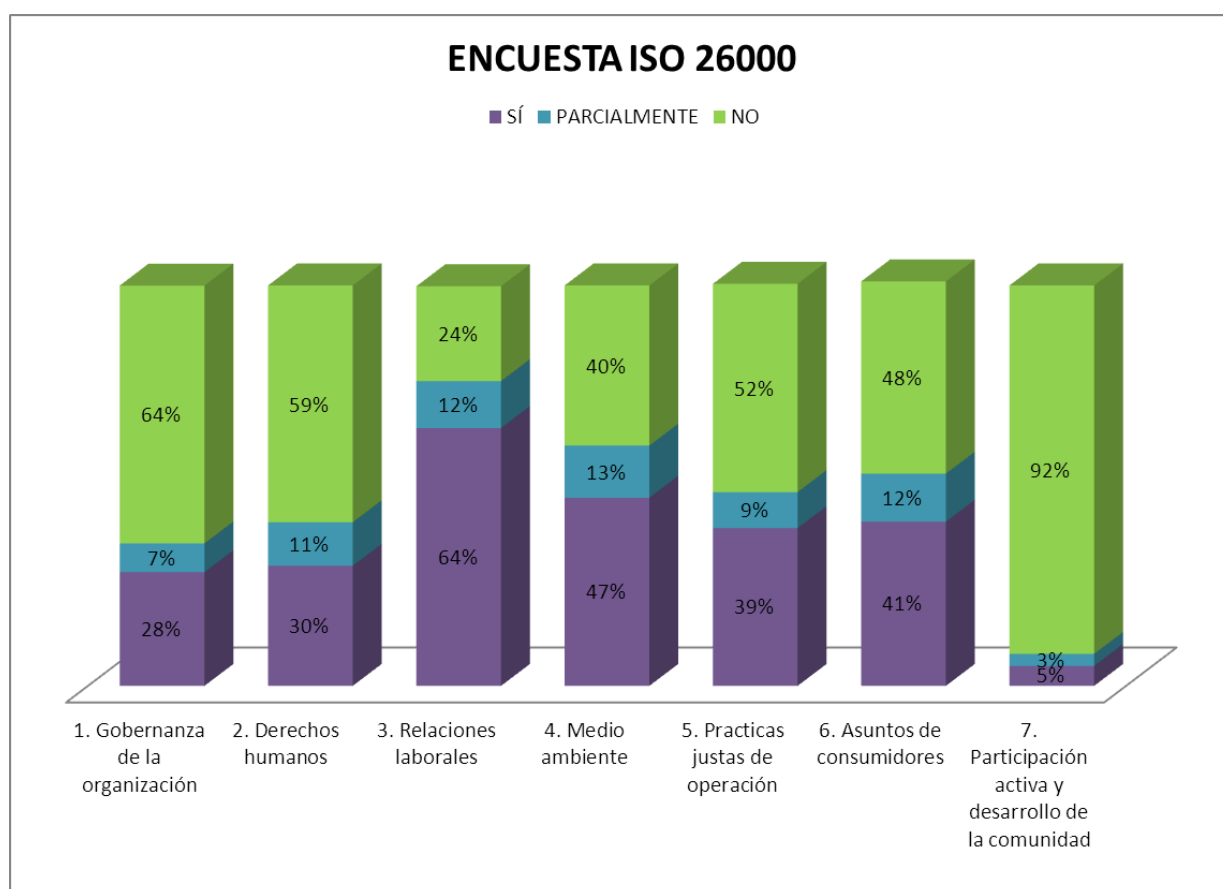


Gráfico de resultados generales de la aplicación de la encuesta de Responsabilidad Social (2015).

CAPÍTULO IV.

DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA TUPERWARE DEL ECUADOR CÍA. LTDA.

Justificación del proyecto.

Se considera que plantear e identificar las necesidades que afronta Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., es fundamental dentro de esta investigación; así como analizar y diseñar una herramienta que puede responder a sus requerimientos sociales. El principal interés de realizar esta investigación es evidenciar la situación de la Responsabilidad Social en esta Organización y las posibilidades de aplicación de un programa de Responsabilidad Social con enfoque holístico.

Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., es una compañía que lleva en el mercado ecuatoriano más de 21 años y durante ese tiempo no ha desarrollado ningún programa de responsabilidad social, en el 2011 la compañía en un intento por ser socialmente responsables realizó una alianza estratégica con UNICEF e hizo una donación de \$5000. Sin embargo, esto no causo el impacto esperado ni en la comunidad ni los demás grupos de interés. Por lo tanto, es de vital importancia que dentro de la organización se pueda diseñar desde el área de RRHH, un programa de Responsabilidad Social integral y estandarizado con la realidad de la compañía, lo que permitirá establecer objetivos e indicadores claros. Dando como resultado el compromiso de cada uno de sus grupos de interés para que dicho programa se pueda prolongar en el tiempo y mejorar continuamente.

Por otro lado la Organización cuenta con una presidencia que se caracteriza por su política de puertas abiertas y por su compromiso con el desarrollo y crecimiento de las personas, lo que de alguna forma garantiza la aprobación de este proyecto y el respaldo para su desarrollo y cumplimiento.

Objetivo General del proyecto

Diseñar un programa de Responsabilidad Social como estrategia en la Gestión de Recursos Humanos; que involucre a todos y cada uno de los grupos de interés de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Objetivos específicos del proyecto

Gobernanza de la Organización

- Identificar los valores de la Organización para poder integrar los aspectos novedosos de la responsabilidad social con la gestión convencional de la compañía y recopilarlos y definirlos en un documento, accesible para todo el personal de la Organización y sus grupos de interés.
- Establecer criterios claros en la Organización que faciliten la identificación de los grupos de interés y sus necesidades e intereses.
- Identificar todos los grupos de interés de la Organización y los integrantes de los mismos.
- Establecer criterios para ponderar su importancia y que en un futuro se puedan establecer planes o programas de actuación con base en estas prioridades.
- Integrar el concepto de calidad a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)
- Integrar desde la Presidencia el concepto de Diversidad / No discriminación a lo largo y ancho de la Organización, ni se ha promovido desde la dirección.
- Evidenciar el seguimiento a los objetivos y metas de la Organización, ni se analizan los incumplimientos, tampoco se toman acciones cuando procede.

Derechos Humanos

- Establecer un plan de acción en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión que incluya y sea aplicable a todo el personal de la Organización.
- Generar un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluya las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.
- Crear un sistema de valoración periódica de la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión.
- Establecer criterios en la retribución (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) que permitan evidenciar la igualdad de oportunidades en la retribución, de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.

Relaciones Laborales

- Establecer un plan en materia de conciliación vida laboral y familiar y calidad de vida.

Prácticas justas de operación

- Describir estrategias encaminadas a que la Organización logre ser un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social y logre promover la adopción de la Responsabilidad Social, el respeto en su entorno y grupos de interés.

Asunto de consumidores

- Establecer los principios de calidad en la Organización e integrarlos a la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes y consumidores
- Diseñar un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.
- Desarrollar evaluaciones de satisfacción al cliente.

Participación activa y desarrollo de la comunidad.

- Generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.
- Identificar las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.
- Desarrollar un programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui.

Resultados del proyecto

Proporcionar a la empresa un programa de Responsabilidad Social integral, el mismo que se encuentre debidamente descrito y dentro del cual se detallen todos los pasos para su desarrollo y posterior aplicación y difusión masiva mediante el uso de formatos de acuerdo a las necesidades de la empresa. De la misma manera manejar un plan de implementación y

sostenimiento del modelo y detallar un prototipo en cada uno de los formatos para ejemplificar su uso.

Actividades del proyecto

A continuación se enlistan los logros concretos que el proyecto alcanzará después de ejecutar las acciones del mismo.

Tabla 11.

PRODUCTOS	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDADES
1. Valores de la organización definidos	Taller para definir los valores y principios por los que se rige la institución a nivel local.	<ul style="list-style-type: none"> - RRHH deberá solicitar a presidencia la aprobación para invitar al personal a participar de un taller para definir los valores y principios de la Organización a nivel local. - Presidencia y RRHH deberán definir el día a realizar el taller y realizar la invitación a través de medios electrónicos. - Después de definidos los valores, principios; RRHH deberá transcribirlos a un documento gráfico de fácil acceso para cualquier grupo de interés y deberá publicarlo en lugares visibles. Anexo 8 (documento Definición de valores)
2. Grupos de interés definidos	Identificar todos los grupos de interés de la Organización, ponderar su importancia y los integrantes de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> - Presidencia, RRHH deberán reunirse con el fin de definir cada uno de sus grupos de interés, sus integrantes y su importancia. Además RRHH deberá generar un documento en el cual se describan todos y cada uno de los grupos de interés y se deberá publicar en lugares visibles (documento “Definición de grupos de interés) Anexo 2.

<p>3. Manual de procedimientos definido e integrado el concepto de calidad en cada proceso.</p>	<p>Definir un concepto de calidad a nivel de Organización e integrarlo en cada uno de los procesos del área.</p>	<p>- Recursos Humanos se encargará de generar el manual de procedimientos de la Organización e integrar el concepto de calidad en cada uno de los mismos. (documento “Ficha de descripción de los procesos”) Anexo 3.</p>
<p>4. Políticas definidas para evitar la discriminación en cada uno de los procesos de la Organización.</p>	<p>Definir políticas para evitar la discriminación en cada uno de los procesos de la Organización.</p>	<p>- La presidencia se encargará de reunir a los jefes de área, con el fin de definir en conjunto políticas para evitar la discriminación en cada uno de sus procesos. (documento “Política no discriminación) Anexo 5. - RRHH se encargará de informar por escrito a los grupos de interés sobre las políticas para evitar la discriminación de la Organización. - RRHH realizará una campaña electrónica donde resaltará la importancia de la valoración de la diversidad</p>
<p>5. Documento de planificación de objetivos y su respectivo seguimiento</p>	<p>Definir y estandarizar un documento de planificación de objetivos para cada departamento de la Organización.</p>	<p>- RRHH entregará a la presidencia un formato para la planificación de objetivos de la Organización (documento “Planificación de objetivos”). Anexo 9. - RRHH entregará el formato de planificación de objetivos aprobado a todos los jefes de área. - RRHH informará por medios electrónicos sobre la utilización de estos formatos y su uso.</p>
<p>6. Definir un plan de acción en materia de Gestión de la</p>	<p>Establecer un plan de acción en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión aplicable a todo</p>	<p>- RRHH definirá cuales son los grupos minoritarios dentro de la organización priorizando: mujeres,</p>

<p>Diversidad e Inclusión</p>	<p>el personal de la Organización.</p>	<p>personas con discapacidades especiales, población indígena y negra dentro de la organización (documento para el reconocimiento de minorías). Anexo 6</p> <ul style="list-style-type: none"> - RRHH establecerá un plan de acción en materia de Gestión de la Diversidad para los grupos minoritarios y vulnerables identificados. - RRHH entrevistará periódicamente a sus grupos de interés para conocer su nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión de la compañía. (documento “Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión”) Anexo7
<p>7. Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluya las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.</p>	<p>Generar un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - RRHH presentará a la Gerente de RRHH un protocolo para la detección de denuncias para su aprobación. (documento “Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias”). Anexo 4. Una vez aprobado dicho documento, RRHH se encargará de informar a sus grupos de interés sobre este protocolo y su forma de uso
<p>8. Desarrollar una política salarial de la institución</p>	<p>Establecer criterios en la retribución (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) que permitan evidenciar la igualdad de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos, Presidencia y Contabilidad desarrollarán una política salarial para la Organización.

	oportunidades en la retribución, de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.	-RRHH informará a los colaboradores de la Organización los criterios para el desarrollo de dicha política salarial
9. Diseñar un plan en materia de conciliación vida laboral y familiar y calidad de vida.	<p>El plan de conciliación vida laboral y familiar de la Organización debe incluir:</p> <p>Conceptualización</p> <p>Beneficios y posibilidades que ofrece la conciliación de la vida laboral, familiar y personal a la Organización</p> <p>Normativa que regula la conciliación de la vida laboral, familiar y personal a la Organización</p> <p>Ejemplo de buenas prácticas</p> <p>Medidas que facilitan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal a la Organización</p> <p>Claves para integrar la estrategia de conciliación de la vida laboral, familiar y personal a la Organización</p>	<p>- Formalizar el compromiso de la Presidencia de la Organización con la igualdad entre mujeres y hombres y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal.</p> <p>- Conocer las necesidades de los trabajadores en materia de conciliación con el fin de articular las medidas más adecuadas a las necesidades y demandas existentes.</p> <p>- Fomentar el uso de las medidas de conciliación tanto por los trabajadores como las trabajadoras al ser un tema que afecta a todos.</p> <p>- Conocer los recursos del territorio en donde se ubica la organización relacionados con el cuidado de menores y otras en situación de dependencia para optimizar los recursos internos y articular estrategias de coordinación en función de las necesidades de la nómina.</p> <p>Informar a la nómina sobre los recursos y las medidas que pueden hacer uso.</p> <p>Asignar responsabilidades concretas a personas o departamentos el desarrollo de la estrategia de conciliación</p> <p>Implantar un proceso de seguimiento y evaluación</p>

		que permita la revisión de las medidas y una actualización a lo largo del tiempo, de modo que sean eficaces y mantengan su adecuación a las necesidades del personal
10. Describir estrategias encaminadas a que la Organización logre ser un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social y logre promover la adopción de la Responsabilidad Social, el respeto en su entorno y grupos de interés.	En base a los objetivos de la organización, en el siguiente capítulo se describirá el programa de responsabilidad social como estrategia en la gestión de recursos humanos de la empresa Tupperware del Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de responsabilidad social en base a los 7 temas fundamentales de la ISO 26000. - Definición de grupos de interés. - Definición de indicadores de responsabilidad social por cada uno de los 7 temas fundamentales de la ISO 26000 y comparar resultados en cada uno de ellos y proponer estrategias de mejora. - Comunicación sobre el programa de responsabilidad social a todos los grupos de interés.
11. Principios de calidad en la Organización e integrarlos a la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes y consumidores	Definir el clima y cultura laboral de la compañía Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos se reunirá con la Presidencia y solicitará aprobación para realizar la medición del clima y cultura organizacional de la empresa. Una vez presentados los resultados de la encuesta, RRHH diseñará un plan de trabajo que incluya fechas, indicadores y responsables, con el fin de mejorar cada una de las inconformidades encontradas.
12. Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores.	13. Diseñar un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis	<ul style="list-style-type: none"> - RRHH se reunirá con el área de mercadeo y ventas de la Organización con la finalidad de definir un sistema para admitir, registrar y tramitar las

	de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.	reclamaciones de los clientes y consumidores. - Una vez que se genere este sistema RRHH deberá llamar a una reunión a los diferentes grupos de interés para informar sobre el funcionamiento de dicho sistema. -RRHH se encargará de publicar a través de los distintos medios de comunicación de la compañía, sobre este sistema.
14. Evaluaciones de satisfacción al cliente.	Desarrollar evaluaciones de satisfacción al cliente.	- RRHH se reunirá con el área de mercadeo y ventas de la Organización con la finalidad de definir un formato de evaluación de satisfacción al cliente. - Una vez que se genere este sistema RRHH deberá llamar a una reunión a los diferentes grupos de interés para informar sobre la forma de aplicación de esta evaluación. -RRHH se encargará de publicar a través de los distintos medios de comunicación de la compañía, sobre esta evaluación.
15. Listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.	Generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.	RRHH se encargará de generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo, con el fin de que se dé un acercamiento con las mismas y que se pueda crear alianzas estratégicas y colaborar en conjunto con la comunidad.
16. Listado de las organizaciones del	Generar un listado de las organizaciones del tercer	RRHH se encargará de generar un listado de las

tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.	sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.	organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes, con el fin de que se trabaje en conjunto por el desarrollo de la comunidad.
17. Desarrollar un programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui.		

P, Rivadeneira (2015). *Plan de acción de Responsabilidad Social*. Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Hipótesis o supuestos del proyecto

Con el objeto de guiar las reflexiones, la búsqueda y uso de los datos, se propone los siguientes supuestos a manera de hipótesis:

- Definir los valores de la Organización, indica que una empresa se encuentra estructurada y comprometida con la consecución de sus objetivos.
- Establecer los grupos de interés de una Organización, posibilita un diálogo abierto para comenzar a gestionar las relaciones proactivas y dinámicas entre los grupos de interés y la empresa.
- Contar con un manual de procedimientos, permite a las empresas realizar las actividades laborales en forma ordenada y sistemática; facilitando la integración del concepto de calidad en cada proceso.
- Que una empresa cuente con políticas definidas en cada uno de sus procesos, propicia una apropiada toma de decisiones, posibilita la uniformidad y evita la discriminación y aumenta la incidencia de tratamientos justos a todo nivel.
- Una empresa que planifica la consecución de sus objetivos y les da el respectivo seguimiento, se orienta de manera objetiva la circunstancia y prevé planes de acción

en casos imprevistos. La planificación es el indicador del nivel de madurez institucional.

- Contar con plan de trabajo en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión, garantiza el cumplimiento del artículo 2 de los derechos humanos “Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición...”).
- Los protocolos para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluyan las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución; son una herramienta para la detección y erradicación del acoso laboral.
- Desarrollar una política salarial, permite ofrecer una remuneración equilibrada y constante a los empleados, y estimula a que realicen mucho mejor su trabajo.
- Motivar a la conciliación de la vida laboral, familiar y calidad de vida garantiza la calidad en la gestión de los Recursos Humanos.
- Que la Organización logre ser un referente en el ámbito de la Responsabilidad Social, contribuye al mejoramiento de la imagen de la empresa, reduce costos, aumenta su productividad y le ayuda a ingresar a nuevos mercados.
- Integrar los principios de calidad a la cultura de la Organización, garantiza la máxima satisfacción clientes y consumidores
- Contar con un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores ofrece la posibilidad de aumentar el número de clientes y consumidores.
- Aplicar evaluaciones de satisfacción al cliente ayuda a la fidelización de los mismos.
- Conocer a las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación y trabajo colaborativo es beneficioso para entablar relaciones de negocio productivas.
- Identificar las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes contribuyen a la integración de las mismas y las motiva a trabajar juntas por la comunidad.
- Desarrollar un programa de voluntariado ayuda a involucrar profundamente a los empleados y demás grupos de interés con la comunidad y sus contextos.

Precondiciones del proyecto

- La principal precondición para el desarrollo del proyecto es la colaboración del Presidente y del personal de cada una de las áreas de la compañía.
- Comunicación sobre el programa de Responsabilidad social a todos los grupos de interés
- Compromiso de todos los grupos de interés para la implementación del programa de Responsabilidad Social de la compañía
- Seguimiento constante de la implementación del programa de Responsabilidad Social de la compañía.

Indicadores generales

A continuación se presenta la propuesta de indicadores consolidados de Responsabilidad Social Empresarial.

Los indicadores de gestión son la única medida objetiva que tienen las empresas para realizar la evaluación de cada una de las actividades de sus proyectos, por ello la aplicación de los indicadores consolidados en esta propuesta de Responsabilidad Social, permitirá identificar el impacto de sus actividades de frente a todos sus grupos de interés.

Una organización que decida ser socialmente responsable debe optar por la transparencia de sus resultados de operación donde se evidencie que no se está afectando de manera negativa a sus grupos de interés y que por el contrario está actuando para lograr el mejoramiento continuo en su gestión frente a los mismos.

Esta herramienta que nace de la revisión de las siete materias fundamentales y temas propuestos de la ISO 26000, concatenado con la propuesta de indicadores de diferentes entidades como GRI y Ethos, con el fin de que se pueda realizar una evaluación integral de todo el escenario social, económico y cultural, como la que se propone a continuación:

	<p>Situaciones de riesgo para los derechos humanos</p> <p>Evadir la complicidad</p> <p>Resolución de Conflictos</p> <p>Discriminación y grupos vulnerables</p> <p>Derechos civiles y políticos</p> <p>Derechos económicos, Sociales y Culturales</p>	<p>significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. - Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de Derechos humanos relevantes para las actividades - Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas - Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas - Compromiso con el futuro de los niños - Compromiso con el desarrollo infantil - Valoración de la diversidad - Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos - Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo
--	--	--

	<p>Diálogo social</p> <p>Salud y seguridad en el trabajo</p>	<p>desglosado por actividad principal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. - Proporción de la población ocupada con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo - Proporción de la población ocupada total que trabaja por cuenta propia o en un negocio familiar - Preparación para la jubilación - Número total de empleados y rotación media de empleados,-desglosados por grupo de edad, sexo y región. - Relaciones con los sindicatos - Gestión participativa - Período(s) mínimo(s) de pré-aviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. - Conducta frente a despidos - Cuidados con salud, seguridad y condiciones laborales - Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlada y asesorada sobre programas de seguridad y salud laboral - Tasas de absentismo
--	--	---

	<p>Desarrollo humano y capacitación en el lugar de trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. - Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. - Formación Personal en aspectos ambientales - Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de los empleados formados. - Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. - Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. - Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. - Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.
<p>Medio Ambiente</p>	<p>Prevención de la contaminación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento

	<p>Uso sostenible de los recursos.</p> <p>Mitigación del cambio climático y adaptación</p> <p>Protección y recuperación del medio ambiente natural</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. - Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. - Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. - Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. - Proporción del total de recursos hídricos utilizada - Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. - Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental - Administración del impacto en el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios - Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. - Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.
<p>Prácticas Justas de Operación</p>	<p>Anti-corrupción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Compromisos éticos Prácticas anticorrupción y anti coima

	<p>Competencia Justa</p> <p>Promover la responsabilidad social en la esfera de influencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. - Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización. - Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. - Relaciones con la competencia - Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. - Criterios de selección y evaluación de proveedores - Apoyo al desarrollo de proveedores
Asuntos de consumidores	<p>Prácticas justas de mercadotecnia, información y contractuales</p> <p>Protección de la salud y seguridad de los consumidores</p> <p>Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de conflictos</p> <p>Protección y privacidad de la información del consumidor</p> <p>Consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política de comunicación comercial - Fases del ciclo de vida de los productos y servicios. - Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. - Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

	<p>sostenible</p> <p>Acceso a servicios esenciales</p> <p>Educación y toma de conciencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proporción de la población con acceso a mejores fuentes de agua potable - Proporción de la población con acceso a mejores servicios de saneamiento - Proporción de la población urbana que vive en barrios marginales - Conocimiento de los daños potenciales de los productos y servicios
Participación activa y desarrollo de la comunidad	<p>Educación y Cultura</p> <p>Creación de empleo y desarrollo de habilidades</p> <p>Desarrollo de Tecnología</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tasa neta de matriculación en la enseñanza primaria - Proporción de alumnos que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la enseñanza primaria - Tasa de alfabetización de las personas de entre 15 y 24 años, mujeres y hombres - Proporción de la población entre 15 y 24 años que tiene conocimientos amplios y correctos sobre el VIH/SIDA - Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad - Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. - Proporción de mujeres con empleos remunerados en el sector no agrícola - Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes - Usuarios de Internet por cada 100 habitantes - Tasa de crecimiento del producto interno bruto por persona empleada

	<p>Generación de riqueza e ingresos</p> <p>Salud</p> <p>Inversión social</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tasa de mortalidad de niños menores de 5 años - Tasa de mortalidad materna - Cobertura de atención prenatal - Necesidades insatisfechas en materia de planificación familiar - Prevalencia del VIH en las personas de entre 15 y 24 años - Uso de preservativos en la última relación sexual de alto riesgo - Proporción de la población portadora del VIH con infección avanzada que tiene acceso a medicamentos antirretrovirales - Niños menores de 5 años con peso inferior al normal - Financiamiento de la acción social - Construcción de la ciudadanía por las empresas - Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. - Proporción de la población con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo (PPA) - Coeficiente de la brecha de pobreza - Proporción de la población que no alcanza el nivel mínimo de consumo de energía alimentaria
--	--	---

Adaptado de GRI. *Propuesta de indicadores generales de Responsabilidad Social basados en los siete temas fundamentales para Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.* (2015).

Fuentes de verificación del proyecto

Para comprobar el cumplimiento del objetivo general del proyecto se tendrá el documento finalizado con la PROPUESTA PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, y además los siguientes documentos:

- Definición de valores
- Definición de grupos de interés
- Ficha de descripción de los procesos
- Política no discriminación
- Planificación de objetivos
- Reconocimiento de minorías
- Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión
- Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias
- Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores
- Listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo
- Listado de las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre
- Programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor espiguitas doradas

Cabe recalcar que ciertos documentos mencionados, cuentan con una propuesta de formato que se incluye en la sección de anexos.

Anexo 1. Formato de encuesta

Anexo 2. Definición de grupos de interés. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

Anexo3. Ficha de descripción de proceso

Anexo 4. Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias

Anexo 5. Formato de documento para la definición de políticas de No Discriminación

Anexo 6. Formato para el reconocimiento de minorías

Anexo 7. Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión

Anexo8. Formato para definir los valores y comportamientos corporativos.

Anexo. 9. Formato para el seguimiento de objetivos y metas.

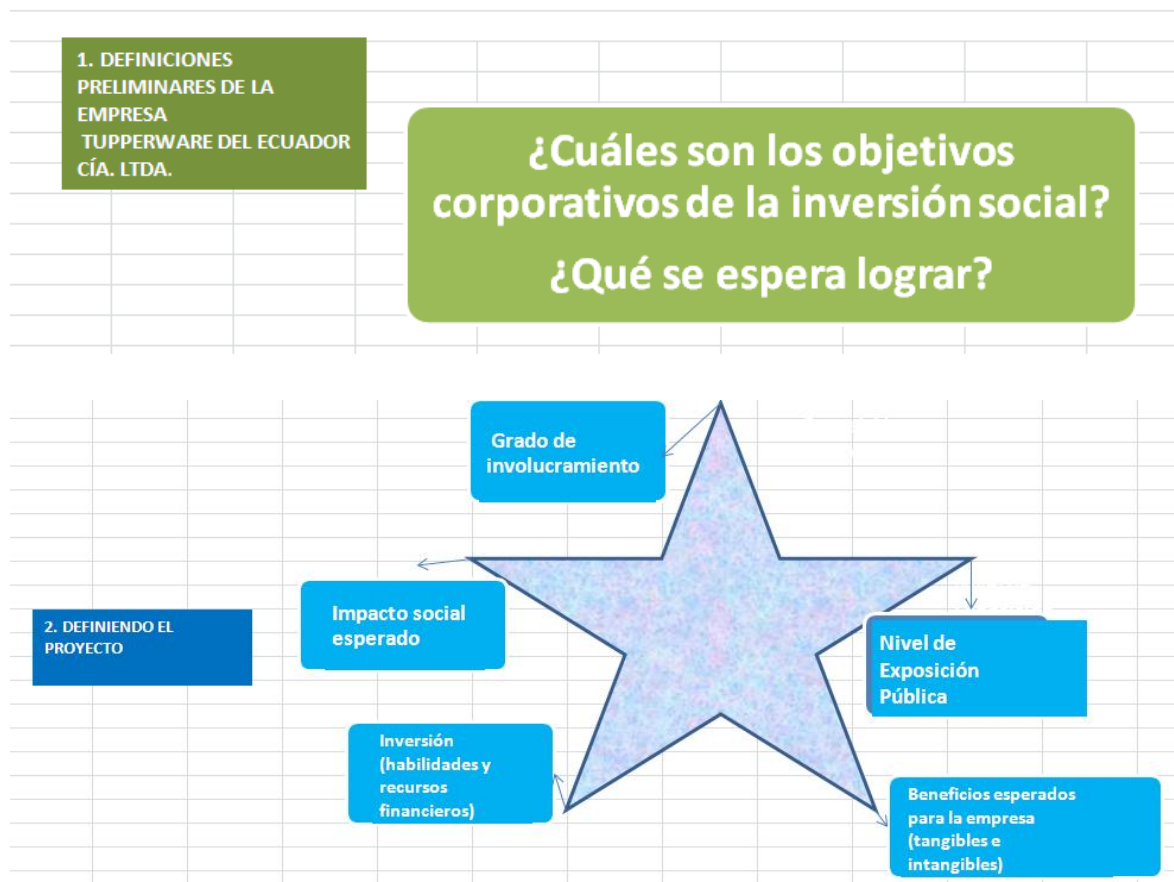
Sostenibilidad del proyecto

Lo más importante para garantizar la sostenibilidad de este proyecto es contar con la participación y compromiso de la presidencia y de los demás grupos de interés. Con el fin de posicionar la gestión de Responsabilidad Social como un proyecto emblemático de la compañía a nivel mundial y que su implementación pueda ser auditada por los entes de control en cada una de sus visitas anuales.

Desarrollo del programa

A continuación se ofrece un flujograma que pretende servir de “mapa de ruta” de la empresa a la hora de emprender su programa de Responsabilidad Social.

Ilustración 10. Mapa de ruta del programa de responsabilidad social de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.



Adaptado de la guía “Acercando la empresa a la comunidad”. *Mapa de ruta del programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.* (2015).



Adaptado de la guía “Acercando la empresa a la comunidad”. *Mapa de ruta del programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.* (2015).

Objetivo corporativo de la inversión social

El objetivo del programa de Responsabilidad Social de la empresa es el de posicionar a Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., como una empresa socialmente responsable dentro del campo empresarial nacional e internacional.

Destinatarios

Los destinatarios de este programa son todos los grupos de interés de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Nivel de cobertura

El nivel de cobertura es el total de los grupos de interés de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Grado de involucramiento

El grado de involucramiento de la compañía en su proyecto social es muy alto, ya que se necesita del apoyo y compromiso de toda la compañía y sus grupos de interés. En particular, sus trabajadores ya que realizarán visitas para el desarrollo del voluntariado que se propone y demás actividades. Cada área tendrá una responsabilidad, la misma que se detalla más adelante.

Nivel de exposición pública

Se refiere al nivel de difusión y compromiso que la compañía adopte frente a la opinión pública, con respecto a su programa de responsabilidad social. Dentro de una estrategia comunicacional concordante con los objetivos de la empresa; el área responsable es MERCADEO.

Beneficios del programa de responsabilidad social

Los beneficios de este programa para Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., son los siguientes:

- Mayor productividad de los distintos grupos de interés, gracias a la motivación que brinda el desarrollo de este programa.
- Fortalece el espíritu de equipo debido a la cohesión que generan actividades como el voluntariado corporativo
- Ayuda a mejorar el clima y cultura organizacional debido a la implementación de las diversas estrategias de recursos humanos en pos del bienestar de los trabajadores
- Mejoramiento de la cohesión social gracias a los programas que se propone desarrollan en beneficio a la comunidad.
- Reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos gracias a cada uno de los controles que se propone de cumplimiento que se propone en este programa
- Preservación del Medio Ambiente, debido al mejor tratamiento de los desechos que se genera y a las alternativas de ahorro de recursos que se propone.

- Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados, a razón de las acciones socialmente responsables que se promueve.
- Refuerza la comunicación y la credibilidad debido a que la ejecución de este programa se basa en la claridad de la comunicación y la transparencia de información.
- Fomenta la cultura de conciencia social ya que la empresa abandera proyectos sociales y visibiliza las realidades del sector.
- Facilita la negociación con los interlocutores y proveedores debido a que estos grupos son reconocidos como grupos de interés y esto crea un clima de apertura para la negociación
- Reduce los costos operativos y la improductividad a través de la propuesta de reciclaje, que es una alternativa de amplia utilización para extender la vida útil de equipos y uso de materiales.
- Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la comunidad y la buena imagen, genera nexos o relaciones en proyectos comunes con la sociedad civil, reforzando la licencia social.
- Genera un incremento del valor de la marca por la mejora de imagen y reputación, gracias a su programa de responsabilidad social.
- Aplicar este programa de responsabilidad social en la empresa facilita el acceso a mercados más competitivos y a clientes con mayor capacidad de compra, que se preocupan por adquirir productos de organizaciones socialmente responsables.
- La RS influencia positivamente en líderes de opinión, así cuando la empresa es transparente en el manejo de la información, esta será destacada en los medios de comunicación y el reconocimiento público (licencia social).
- Una empresa socialmente responsable influye en la lealtad de sus clientes hacia la empresa y estos renuevan su compromiso o sea que son compradores recurrentes.
- Las acciones responsables mejoran la imagen frente a la comunidad empresarial y los accionistas, facilitando su inclusión en los fondos de inversión ética y los mercados internacionales.

ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS PARA LA GESTIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Estas estrategias fueron formuladas en base a los resultados del diagnóstico de responsabilidad social. Cabe recalcar que los temas: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad; arrojaron resultados negativos de gestión. Por su parte los temas de relaciones laborales y medio ambiente obtuvieron resultados positivos de gestión. Sin embargo para el planteamiento de estas estrategias se tomó en cuenta el tema de relaciones laborales por considerarse un programa clave del área de recursos humanos

Por otro lado, a estas estrategias se adicionaron los principales indicadores de la última versión del GRI que más se ajustan a la realidad de esta empresa. Las mismas se desarrollan de la siguiente manera:

- Se describe la actividad principal
- Se define la estrategia de RRHH que se utilizará para el cumplimiento de cada actividad.
- Se describen los indicadores de gestión después de cada actividad propuesta
- Se definen responsables

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

Actividad principal Nro.1

Realizar la planificación estratégica de Tupperware del Ecuador Cía. Definición y vivencia de la misión, visión y principios. Recopilarlos y definirlos en un documento accesible para todo el personal de la Organización y sus grupos de interés.

Estrategias de RRHH.

- Preparar un taller en el que se logre realizar la planificación estratégica de la compañía.
- Plasmar la planificación estratégica en un documento accesible a todos los grupos de interés

- Liderar el proceso de información sobre la planificación estratégica a todos los grupos de interés.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos, la participación en el establecimiento de la planificación estratégica anual.

Indicadores

- Total de grupos de interés involucrados en la planificación estratégica de la compañía
- Total de grupos de interés informados sobre la planificación estratégica de la compañía

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 2

Identificar todos los grupos de interés, integrantes necesidades e intereses.

Estrategias de RRHH

- Documentar la definición de los grupos de interés realizada por el presidente de la compañía y la coordinadora sénior de RRHH
- Informar a los grupos de interés sobre la definición de los mismos
- Programar reuniones periódicas con los grupos de interés donde se puedan desarrollar actividades que incentiven su cohesión con la empresa y se puedan evidenciar sus necesidades y requerimientos.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos, la participación en la definición y ponderación de los grupos de interés y el seguimiento periódico a la atención de sus requerimientos y necesidades.

Indicadores

- Total de grupos de interés identificados
- Total de personas que conforman cada grupo de interés
- Porcentaje de grupos de interés que asiste a las reuniones periódicas que la empresa programa

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 3

Integrar el concepto de calidad a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)

Estrategias de RRHH.

- Informarse sobre todo lo concerniente a la certificación con la norma ISO 9001 con el fin de vender la idea a la presidencia e incorporar la gestión de calidad a lo largo y ancho de la compañía.
- Gestionar la incorporación de un sistema de calidad como la ISO 9001 ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.
- Asegurar que el área de RRHH cumpla con las condiciones que impone la norma ISO 9001.
- Liderar el proceso de comunicación hacia todos los grupos de interés sobre la certificación de la ISO 9001.

- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos, la incorporación de la gestión de calidad que propone la ISO 9001: Provisión de los Recursos, Recursos Humanos: Competencia, conciencia y capacitación, infraestructura, ambiente de trabajo

Indicadores

- Certificación de la norma ISO 9001

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 4

Integrar desde la Presidencia el concepto de Diversidad / No discriminación a lo largo y ancho de la Organización, ni se ha promovido desde la dirección.

Estrategias de RRHH

- Con la colaboración de cada jefe de área, desarrollar un plan de trabajo para que la compañía y todas sus áreas logren integrar el concepto de diversidad/no discriminación en cada uno de sus procesos.
- Informar a la presidencia sobre el plan de integración del concepto de diversidad / no discriminación en cada uno de los procesos de la compañía.
- Definir estrategias para que la presidencia logre liderar este plan de trabajo para la integración del concepto de diversidad / no discriminación sea aplicado en la compañía y con sus grupos de interés.
- Informar a los grupos de interés sobre los procesos de la de la compañía en los que se ha integrado el concepto de diversidad/ no discriminación.

Indicadores.

- Total de procesos de área donde se ha integrado el concepto de diversidad no discriminación.
- Nro. de grupos de interés informados sobre los procesos de la de la compañía en los que se ha integrado el concepto de diversidad/ no discriminación.

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 5

Evidenciar el seguimiento a los objetivos y metas de la Organización, ni se analizan los incumplimientos, tampoco se toman acciones cuando procede.

Estrategias de RRHH

- Definir y estandarizar la utilización de un modelo en el cual se puedan plasmar las metas y los objetivos de cada una de las áreas, el mismo incluirá: plan de acción, actividades, indicadores, fechas de cumplimiento.
- Organizar una reunión donde la presidencia junto con los jefes de área logre definir las acciones a tomar en caso de incumplimientos, y se puedan estandarizar acciones en caso de los mismos.
- Informar oportunamente sobre la utilización del formato para definir objetivos y metas, convocar a una reunión en donde se les informe detalladamente como llenar el mismo y aclarar dudas.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos la elaboración de un formato modelo de planificación de objetivos y metas.

Indicadores.

- Porcentaje de utilización del modelo para la planificación de metas y objetivos.
- Nro. de acciones definidas n caso de incumplimientos

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Derechos Humanos

Actividad principal Nro. 1

Establecer un plan de comunicación en donde se informe a la compañía y sus grupos de interés sobre la plurinacional e intercultural de nuestro país. Y se refuerce la identidad nacional con la finalidad de que la compañía valore su cultura, defienda sus raíces, logre ser un referente en diversidad e inclusión y evite acciones discriminatorias.

Estrategias de RRHH

- Definir los responsables de llevar a cabo el plan de comunicación en materia de diversidad e inclusión.
- Tener un acercamiento con las instituciones del estado que promuevan la inclusión social para que puedan dar charlas informativas acerca la plurinacionalidad de nuestro país al personal y demás grupos de interés.
- Dar a conocer por medios electrónicos y en carteleras sobre la importancia de contar con un grupo de trabajo diverso e inclusivo.
- Generar un sistema de valoración periódica de la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión
- Incluir en las políticas de Recursos Humanos la materia de gestión de la diversidad e inclusión

Indicadores

- Nro. de personas de diferentes etnias contratadas en el año
- Nro. de personas de diferentes etnias ascendidas en el año
- Nro. de mujeres contratadas al año
- Nro. de mujeres ascendidas al año
- Nro. de personas en situaciones de riesgo contratadas al año
- Nro. de personas en situaciones de riesgo ascendidas al año
- Porcentaje de personal satisfecho con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 2

Generar un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluyan las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.

Estrategias de RRHH

- Proponer a la gerente de Recursos Humanos un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias, que incluya fechas, investigación, respuesta e implantación.
- Solicitar a la gerente de Recursos Humanos que las personas que reciban estas denuncias sean de TUPPERWARE BRANDS internacional con el fin de evitar ser juez y parte.

- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el diseño de un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluya las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.

Indicadores.

- Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias generada.
- Nro. de destinatarios internacionales de denuncia establecidos
- Nro. de denuncias registradas.

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 3

Establecer criterios en la retribución (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) que permitan evidenciar la igualdad de oportunidades en la retribución, de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.

Estrategias de RRHH.

- Establecer una política de salarios inclusiva
- Informar sobre la política de salarios al personal
- Establecer directrices para administrar el sistema de salarios.
- Establecer una herramienta que permita evaluar la satisfacción del personal con la política de salarios
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el establecimiento de una política salarial

Indicadores

- Porcentaje de satisfacción con las políticas salariales de la compañía
- Política salarial aprobada

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Relaciones laborales

Actividad principal Nro. 1

Establecer un plan en materia de conciliación vida laboral y familiar y calidad de vida.

Estrategias de RRHH

- Establecer un marco introductorio del tema y su importancia
- Incluir un marco conceptual donde se informe sobre lo que significa la conciliación de la vida laboral y familiar y la calidad de vida; el ámbito de acción de las organizaciones.
- Describir los beneficios y posibilidades que ofrece la conciliación de la vida laboral, familiar y calidad de vida
- Conocer la realidad de cada uno de los colaboradores
- Conocer los beneficios que ofrece el código laboral en materia de conciliación
- Establecer un presupuesto
- Establecer acciones destinadas a satisfacer la satisfacción del personal de acuerdo a su contexto

- Desarrollar e impulsar políticas que permitan la conciliación de vida laboral y familiar a hombres y mujeres, desarrollando no sólo necesidades individuales, sino un orgullo de pertenencia que conlleva una mejora del rendimiento laboral
- Fomentar actividades que ayuden a estimular a los colaboradores a tener intereses y motivaciones fuera de su vida profesional.
- Facilitar acciones para la conciliación de la vida profesional, familiar y calidad de vida.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el cumplimiento de actividades orientadas a la conciliación de la vida profesional, familiar y calidad de vida.

Indicadores

- Índice de Rotación
- Nivel de ausentismo
- Índice de productividad

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Prácticas justas de operación

Actividad principal Nro. 1

Describir estrategias encaminadas a que la Organización logre ser un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social y logre promover la adopción de la Responsabilidad Social, el respeto en su entorno y grupos de interés.

Estrategias de RRHH.

- Solicitar a la presidencia que se incluya dentro de la página web de la compañía las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla.
- Informar a los grupos de interés sobre las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla.
- Involucrar a los grupos de interés en las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el desarrollo de actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Indicadores

- Nro. de actividades de responsabilidad social gestionadas durante el año
- Nro. de actividades de responsabilidad social desarrolladas durante el año
- Porcentaje de grupos de interés participantes en el desarrollo de actividades de responsabilidad social

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Asunto de consumidores

Actividad principal Nro. 1

Establecer los principios de calidad en la Organización e integrarlos a la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes y consumidores

Estrategias de RRHH

- Realizar mediciones periódicas de clima y cultura laboral.

- Definir la cultura laboral deseada en la compañía en conjunto con la presidencia y demás representantes de áreas.
- Definir los principios de calidad de la compañía en conjunto con la presidencia y demás representantes de áreas.
- Realizar un plan de acción de mejoras de acuerdo con los resultados de la encuesta
- Incluir en cada una de las acciones de mejora de clima y cultura general los principios de calidad de la compañía
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos las acciones de mejora de clima y cultura general de la compañía y sus principios de calidad

Indicadores

- Cultura laboral definida
- Principios de calidad de la compañía definidos
- Nro. de acciones de mejora de clima y cultura organizacional
- Porcentaje de colaboradores encuestados

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 2

Diseñar un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.

Estrategias de RRHH

- Reunir al gerente de ventas, al director comercial y al jefe de mercadeo para realizar el diseño de un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los

clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.

- En conjunto establecer responsables de la administración de este sistema
- En conjunto establecer una comisión de auditoría de este sistema
- Liderar el proceso de información a los grupos de interés sobre el sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el monitoreo del sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos

Indicadores

- Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos
- Nro. de reclamaciones registrados
- Nro. de reclamaciones resueltos
- Porcentaje estimado de tiempo de respuesta

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 3

Desarrollar evaluaciones de satisfacción al cliente.

Estrategias de RRHH

- Definir un equipo de trabajo para la elaboración de una evaluación de servicio al cliente, el equipo debe incluir a personal de mercadeo, ventas y la dirección comercial.
- Informar a los grupos de interés sobre la evaluación de servicio al cliente y sus políticas de aplicación
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos la realización de la evaluación de servicio al cliente.

Indicadores

- Evaluación de servicio al cliente aprobada
- Nro. de evaluaciones de servicio al cliente aplicadas
- Resultados de las evaluaciones de servicio al cliente aplicadas

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Participación activa y desarrollo de la comunidad.

Actividad principal Nro. 1

Generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.

Estrategias de RRHH

- Investigar sobre las organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector.

- Realizar un comunicado formal y entregar a cada una de las empresas presentando a la compañía.
- Organizar una reunión con las organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector; con el fin de trabajar en equipo en proyectos de desarrollo de la comunidad.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el reconocimiento de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo

Indicadores

- Nro. de proyectos de responsabilidad social generados en conjunto para el desarrollo de la comunidad.
- Nro. de organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 2

Identificar las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.

Estrategias de RRHH

- Investigar sobre las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.
- Realizar un comunicado formal y entregar a cada una de las empresas presentando a la compañía.

- Organizar una reunión con las organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre); con el fin de conocer sobre sus proyectos más relevantes y trabajar en equipo en la consecución de los mismos.
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos el reconocimiento de las organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre)

Indicadores

- Nro. de proyectos de responsabilidad social generados en conjunto para el desarrollo de la comunidad.
- Nro. de organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre) reconocidas.

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Actividad principal Nro. 3

Desarrollar un programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor “Espiguitas doradas” de Pomasqui.

Estrategias de RRHH

- Llevar a cabo programas de formación previos. Reconocer el grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui, detectar sus necesidades y requerimientos.
- Comunicar internamente las actividades a realizarse vía intranet, correo electrónico, boletines y crear un portal de voluntarios.
- Permitir la participación de los familiares de los trabajadores en el programa de voluntariado corporativo fuera del horario laboral.
- Fomentar la implicación de todos los empleados

- Recurrir a asociaciones de la zona en la que se encuentra la empresa
- Incluir dentro de las políticas de recursos humanos la creación, desarrollo y comunicación del programa de voluntariado de la compañía.

Indicadores

- Nro. de actividades de voluntariado que incluye el programa
- Nro. de actividades del programa realizadas durante el año
- Nro. de participantes del programa de voluntariado de la compañía

Responsables

- Recursos Humanos
- Jefes de área
- Presidencia
- Mercadeo – comunicación
- Representantes de los grupos de interés

Medios o insumos para el desarrollo del proyecto

Para el desarrollo de esta propuesta fueron indispensables los siguientes insumos:

- Autorización para el desarrollo del proyecto
- Acceso a documentos de constitución de la empresa
- Acceso a información financiera de la empresa
- Acceso a información confidencial de Recursos Humanos
- Acceso a contactos de grupos de interés
- Libros de consulta, entre otros.

Costo- presupuesto para la implementación del proyecto

El costo estimado de la implementación de este programa es de \$5.650,00.

Monitoreo del proyecto

El monitoreo realizará el responsable de cada actividad y verificará trimestralmente que cada una de las estrategias sea cumplida en tiempo y forma.

Tabla 13.

MATRIZ DE MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
	RESULTADOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
Objetivo general Diseñar un programa de Responsabilidad Social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos; que involucre a todos y cada uno de los grupos de interés de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.	Contar con un programa de Responsabilidad Social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos; que involucre a todos y cada uno de los grupos de interés de la compañía.	Programa de Responsabilidad Social como estrategia en la gestión de Recursos Humanos; que involucre a todos y cada uno de los grupos de interés de la compañía propuesto.	Programa de Responsabilidad Social con sus respectivos objetivos, avances, entre otros; colgado en la red para la consulta de todos los grupos de interés Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.
Objetivo del proyecto Diagnosticar la gestión de Responsabilidad Social de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.	Contar con un diagnóstico de la gestión de Responsabilidad Social de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.	Diagnóstico de la gestión de Responsabilidad Social de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., realizado	Encuesta para diagnosticar la gestión de Responsabilidad Social de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., colgada en la red para la consulta de todos los grupos de interés Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

ACTIVIDADES	MEDIOS O INSUMOS	INDICADORES	COSTOS
Realizar la planificación estratégica de Tupperware del Ecuador Cía. Definición y vivencia de la misión, visión y principios. Recopilarlos y definirlos en un documento accesible para todo el personal de la Organización y sus grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> • Taller para realizar la planificación estratégica de la compañía. • Planificación estratégica en un documento accesible a todos los grupos de interés • Proceso de información sobre la planificación estratégica a todos los grupos de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Total de grupos de interés involucrados en la planificación estratégica de la compañía • Total de grupos de interés informados sobre la planificación estratégica de la compañía 	Taller para realizar la planificación estratégica \$150.00 (almuerzos, horas de trabajo, materiales, grupo humano)
Identificar todos los grupos de interés, integrantes necesidades e intereses.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de interés • Reuniones periódicas con los grupos de interés 	<ul style="list-style-type: none"> • Total de grupos de interés identificados • Total de personas que conforman cada grupo de interés • Porcentaje de grupos de interés que asiste a las reuniones periódicas que la empresa programa 	Reunión para definir los grupos de interés \$150.00 (almuerzos, horas de trabajo, materiales, grupo humano)
Integrar el concepto de calidad a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación con la norma ISO 9001. • Liderar el proceso de comunicación hacia todos los grupos de interés sobre la certificación de la ISO 9001. 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación de la norma ISO 9001 	Certificación ISO 9001 \$1.000,00 (horas de trabajo, materiales, grupo humano)

<p>Integrar desde la Presidencia el concepto de Diversidad / No discriminación a lo largo y ancho de la Organización, ni se ha promovido desde la dirección.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de trabajo para integrar el concepto de diversidad/no discriminación en cada uno de sus procesos. • Estrategias definidas para que la presidencia logre liderar este plan de trabajo para la integración del concepto de diversidad / no discriminación. • Informar a los grupos de interés sobre los procesos de la de la compañía en los que se ha integrado el concepto de diversidad/ no discriminación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Total de procesos de área donde se ha integrado el concepto de diversidad no discriminación. • Nro. de grupos de interés informados sobre los procesos de la de la compañía en los que se ha integrado el concepto de diversidad/ no discriminación. 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración de planes y estrategias, materiales, grupo humano)</p>
<p>Evidenciar el seguimiento a los objetivos y metas de la Organización, ni se analizan los incumplimientos, tampoco se toman acciones cuando procede.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo para plasmar las metas y los objetivos de cada una de las áreas, el mismo incluirá: plan de acción, actividades, indicadores, fechas de cumplimiento. • Reunión donde la presidencia junto con los jefes de área para definir las acciones a tomar en caso de incumplimientos, y se puedan estandarizar acciones en caso de los mismos. • Comunicación sobre el uso de formatos 	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de utilización del modelo para la planificación de metas y objetivos. • Nro. de acciones definidas n caso de incumplimientos 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración de planes y estrategias de seguimiento, materiales, grupo humano)</p>

<p>Establecer un plan de comunicación en donde se informe a la compañía y sus grupos de interés sobre la plurinacional e intercultural de nuestro país. Y se refuerce la identidad nacional con la finalidad de que la compañía valore su cultura, defienda sus raíces, logre ser un referente en diversidad e inclusión y evite acciones discriminatorias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Responsables de llevar a cabo el plan de comunicación en materia de diversidad e inclusión. • Acercamiento con las instituciones del estado que promuevan la inclusión social para que puedan dar charlas informativas acerca la plurinacionalidad de nuestro país al personal y demás grupos de interés. • Información sobre la importancia de contar con un grupo de trabajo diverso e inclusivo. • Sistema de valoración periódica de la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. de personas de diferentes etnias contratadas en el año • Nro. de personas de diferentes etnias ascendidas en el año • Nro. de mujeres contratadas al año • Nro. de mujeres ascendidas al año • Nro. de personas en situaciones de riesgo contratadas al año • Nro. de personas en situaciones de riesgo ascendidas al año • Porcentaje de personal satisfecho con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración de planes y estrategias de comunicación, materiales, grupo humano)</p>
<p>Generar un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias que incluyan las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta y la implantación hasta la resolución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias, que incluya fechas, investigación, respuesta e implantación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias generada. • Nro. de destinatarios internacionales de denuncia establecidos • Nro. de denuncias registradas. 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración del protocolo, materiales, grupo humano)</p>

<p>Establecer criterios en la retribución (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) que permitan evidenciar la igualdad de oportunidades en la retribución, de todo el personal independientemente de su condición de raza, género, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política de salarios inclusiva • Directrices para administrar el sistema de salarios. • Herramienta que permita evaluar la satisfacción del personal con la política de salarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de satisfacción con las políticas salariales de la compañía • Política salarial aprobada 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración del políticas, materiales, grupo humano)</p>
<p>Establecer un plan en materia de conciliación vida laboral y familiar y calidad de vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marco conceptual que incluya definiciones de conciliación de la vida laboral y familiar y la calidad de vida; el ámbito de acción de las organizaciones. • Beneficios y posibilidades que ofrece la conciliación de la vida laboral, familiar y calidad de vida • Conocer la realidad de cada uno de los colaboradores • Presupuesto • Acciones destinadas a satisfacer la satisfacción del personal de acuerdo a su contexto • Políticas que permitan la conciliación de vida laboral y familiar a hombres y mujeres. • Fomentar actividades que 	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de Rotación • Nivel de ausentismo • Índice de productividad 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración del plan de conciliación, materiales, grupo humano)</p>

	<p>ayuden a estimular a los colaboradores a tener intereses y motivaciones fuera de su vida profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones para la conciliación de la vida profesional, familiar y calidad de vida. 		
<p>Describir estrategias encaminadas a que la Organización logre ser un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social y logre promover la adopción de la Responsabilidad Social, el respeto en su entorno y grupos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Página web de la compañía con las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla. • Grupos de interés informados sobre las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. de actividades de responsabilidad social gestionadas durante el año • Nro. de actividades de responsabilidad social desarrolladas durante el año • Porcentaje de grupos de interés participantes en el desarrollo de actividades de responsabilidad social 	<p>Actualización de página web \$100.00</p> <p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la descripción de estrategias, materiales, grupo humano)</p>
<p>Establecer los principios de calidad en la Organización e integrarlos a la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción clientes y consumidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mediciones periódicas de clima y cultura laboral. • Cultura laboral definida. • Principios de calidad definidos. • Plan de acción de mejoras de acuerdo con los resultados de la encuesta definido. • Acciones de mejora de clima y cultura dentro de los principios de calidad de la compañía 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura laboral definida • Principios de calidad de la compañía definidos • Nro. de acciones de mejora de clima y cultura organizacional • Porcentaje de colaboradores encuestados 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la definición de la cultura e integración de la calidad , materiales, grupo humano)</p> <p>Encuesta de clima laboral \$300.00</p>

<p>Diseñar un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos. • Responsables de la administración de este sistema • Comisión de auditoría de este sistema • Información a los grupos de interés sobre el sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos • Nro. de reclamaciones registrados • Nro. de reclamaciones resueltos • Porcentaje estimado de tiempo de respuesta 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para el diseño de un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones , materiales, grupo humano)</p>
<p>Desarrollar evaluaciones de satisfacción al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de servicio al cliente. • Grupos de interés informados sobre la evaluación de servicio al cliente y sus políticas de aplicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de servicio al cliente aprobada • Nro. de evaluaciones de servicio al cliente aplicadas • Resultados de las evaluaciones de servicio al cliente aplicadas 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para el diseño de evaluaciones de satisfacción al cliente , materiales, grupo humano)</p>

<p>Generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector. • Reuniones con las organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector; con el fin de trabajar en equipo en proyectos de desarrollo de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. de proyectos de responsabilidad social generados en conjunto para el desarrollo de la comunidad. • Nro. de organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo. 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la investigación de estas organizaciones, visitas y reuniones, grupo humano)</p>
<p>Identificar las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes. • Reuniones con las organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre); con el fin de conocer sobre sus proyectos más relevantes y trabajar en equipo en la consecución de los mismos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. de proyectos de responsabilidad social generados en conjunto para el desarrollo de la comunidad. • Nro. de organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre) reconocidas. 	<p>Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la investigación de estas organizaciones, visitas y reuniones, grupo humano)</p>
<p>Desarrollar un programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui, detectar sus necesidades y requerimientos. • Portal de voluntarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. de actividades de voluntariado que incluye el programa • Nro. de actividades del programa realizadas durante el año • Nro. de participantes del 	<p>Voluntariado corporativo \$1.000,00 Reuniones informativas \$150.00 (horas de trabajo para la elaboración del plan de</p>

		programa de voluntariado de la compañía	voluntariado, visitas y reuniones, grupo humano)
--	--	---	--

P, Rivadeneira (2015). *Matriz de marco lógico del programa de Responsabilidad de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.*

Cronograma del proyecto.

Tabla Nro.14

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		PLANIFICACIÓN 2016																																																							
		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE											
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Establecer un plan en materia de conciliación vida laboral y familiar y calidad de vida.	<ul style="list-style-type: none"> Marco conceptual que incluya definiciones de conciliación de la vida laboral y familiar y la calidad de vida; el ámbito de acción de las organizaciones. Beneficios y posibilidades que ofrece la conciliación de la vida laboral, familiar y calidad de vida Conocer la realidad de cada uno de los colaboradores Presupuesto Acciones destinadas a satisfacer la satisfacción del personal de acuerdo a su contexto Políticas que permitan la conciliación de vida laboral y familiar a hombres y mujeres. Fomentar actividades que ayuden a estimular a los colaboradores a tener intereses y motivaciones fuera de su vida profesional. Acciones para la conciliación de la vida profesional, familiar y calidad de vida. 																																																								
Describir estrategias encaminadas a que la Organización logre ser un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social y logre promover la adopción de la Responsabilidad Social, el respeto en su entorno y grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> Página web de la compañía con las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla. Grupos de interés informados sobre las actividades de responsabilidad social que Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., desarrolla. 																																																								
Establecer los principios de calidad en la Organización e integrarlos a la cultura de la Organización con el objeto de conseguir la máxima satisfacción cliente y consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Mediciones periódicas de clima y cultura laboral. Cultura laboral definida. Principios de calidad definidos. Plan de acción de mejoras de acuerdo con los resultados de la encuesta definido. Acciones de mejora de clima y cultura 																																																								

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		PLANIFICACIÓN 2016																																																											
		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE															
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Diseñar un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos.	<ul style="list-style-type: none"> Sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; que incluya el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos. Responsables de la administración de este sistema Comisión de auditoría de este sistema Información a los grupos de interés sobre el sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes y consumidores; con el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada y sus plazos. 																																																												
Desarrollar evaluaciones de satisfacción al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de servicio al cliente. Grupos de interés informados sobre la evaluación de servicio al cliente y sus políticas de aplicación 																																																												
Generar un listado de las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo.	<ul style="list-style-type: none"> Organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector. Reuniones con las organizaciones que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo en el sector; con el fin de trabajar en equipo en proyectos de desarrollo de la comunidad. 																																																												
Identificar las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.	<ul style="list-style-type: none"> Organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes. Reuniones con las organizaciones del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre); con el fin de conocer sobre sus proyectos más relevantes y trabajar en equipo en la consecución de los mismos. 																																																												
Desarrollar un programa de voluntariado dirigido al grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui.	<ul style="list-style-type: none"> Grupo del adulto mayor espiguitas doradas de Pomasqui, detectar sus necesidades y requerimientos. Portal de voluntarios. 																																																												

P, Rivadeneira (2015). *Cronograma del programa de Responsabilidad de Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.*

Destinatarios del proyecto

Los destinatarios son todos los grupos de interés de la empresa Tupperware del Ecuador Cía. Ltda.

Evaluación del proyecto

La evaluación de este programa de Responsabilidad Social, será responsabilidad de cada uno de los grupos de interés quienes al final del período llenarán una encuesta de evaluación del mencionado programa y realizarán sugerencias.

Capítulo V

Marco evaluativo

Se considera que se ha cumplido con el objetivo general al cien por ciento ya que después de realizar todas las actividades se pudo ofrecer a Tupperware del Ecuador Cía. Ltda., un programa de Responsabilidad Social con sus lineamientos para su implementación y funcionamiento, que se acopla a su cultura y sus necesidades.

De igual manera se cumplió con el objetivo del proyecto al cien por ciento ya que se realizó el diagnóstico de la gestión de Responsabilidad Social involucrando a todos los grupos de interés. Los objetivos del programa de Responsabilidad Social fueron claramente definidos y se orientaron estrategias de recursos humanos para su cumplimiento a futuro.

Una vez revisado y discutido con la presidencia y gerencia de RR.HH. el programa final, no cabe duda que será de gran impacto para el mejoramiento continuo y aportará con ideas innovadoras para la gestión de la compañía y cada una de sus áreas aportando un valor agregado.

Capítulo VI

Marco conclusivo

Conclusiones

- La Compañía no ha definido su planificación estratégica
- La Compañía no ha definido su cultura organizacional ni su visión, misión y los valores corporativos que guíen el comportamiento del personal.
- La Compañía no cuenta con estrategias de responsabilidad social, que incluyan objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la gestión de la responsabilidad social.
- La Compañía no realiza una rendición de cuentas anual, gestionada desde la presidencia de la compañía.
- La Compañía no ha informado sobre la identificación de los grupos de interés, expectativas y necesidades.
- La Compañía no se ha comprometido con la responsabilidad social.
- La Compañía no cuenta con un registro de la implementación de las decisiones de responsabilidad social.
- La Compañía no revisa ni evalúa periódicamente la gestión de la responsabilidad social en los procesos de gobernanza de la organización ni comunicar al personal y los grupos de interés al respecto y sobre la marcha.
- La Compañía no cuenta con políticas fundamentadas en la declaración de los derechos humanos promulgados por la ONU, ni lo ha plasmado en un documento de carácter formal y publicarla en carteleras y difundirla por medio de medios electrónicos y en forma personal.
- La Compañía no cuenta con un plan de acción estratégico para el cumplimiento de los derechos humanos y sus diferentes ítems, designando responsables, objetivos medibles, plazos.
- La Compañía no cuenta con una evaluación en lo referente a la gestión los derechos humanos en cada uno de sus procesos.
- La Compañía no cuenta con un protocolo estratégico para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias; que garantice la confidencialidad del proceso y asegure la debida investigación y medidas de acción por parte de la compañía.

- La Compañía no cuenta con un programa de conciliación de vida profesional, familiar y calidad de vida.
- La Compañía no ha identificado los impactos al medio ambiente de la toma de decisiones y actividades en el entorno que la rodea.
- La Compañía no ha implementado campañas para fomentar el manejo eficiente de los recursos de la empresa, con el fin de reducir el consumo de energía, agua y otros recursos, utilizando indicadores que mida las mejores prácticas.
- La Compañía no ha integrado en sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género, y de salud y seguridad.
- La Compañía no ha informado a sus grupos de interés el significado de prácticas justas de operación y cuáles son las que aplica la compañía o en su defecto las que se pretenden incorporar.
- La Compañía no promueve entre sus grupos de interés la generación de ideas innovadoras con respecto a las prácticas justas de operación ni garantizar la puesta en marcha de las mismas.
- La Compañía no se ha contactado con la Administración Central de la Comunidad de Pomasqui ni ha solicitado información sobre cuáles son las organizaciones comerciales que apoyan a la comunidad, así como las del tercer sector ONGs para movilizarlos a participar en proyectos comunitarios.
- La Compañía no ha propiciado procesos de dialogo con la comunidad de Pomasqui, a fin de implicarse en proyectos de economía solidaria, cooperativas de mujeres, desarrollo económico y tecnológico, entre otros.
- La Compañía no ha liderado la promoción de programas de inversión social, fomentado el diálogo con los grupos representativos de la comunidad.
- La Compañía no ha desarrollado programas de voluntariado.
- La Compañía carece de políticas de compra que den preferencia a productos y servicios a los proveedores de la comunidad de Pomasqui y contribuir a su desarrollo.

Recomendaciones

Para que esta propuesta se pueda llevar a cabo eficientemente es necesario considerar:

- Fortalecer la cultura organizacional socializando de manera periódica el código de conducta institucional, así como la visión, misión y los valores corporativos que guíen el comportamiento del personal.
- Integrar en el plan estratégico anual estrategias de responsabilidad social, que incluya, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la gestión de la responsabilidad social.
- Realizar una rendición de cuentas anual, gestionada desde la presidencia de la compañía, para lo cual se recomienda elaborar una memoria de Responsabilidad Social que contenga los resultados alcanzados de las políticas implementadas, el mismo que debería ser publicado para conocimiento de los grupos de interés relacionados.
- Informar sobre la identificación de los grupos de interés, expectativas y necesidades, y que puedan ser tomados en cuenta en el diseño e implementación de planes de acción del plan estratégico de la compañía, los mismos deberían ser evaluados por los resultados alcanzados.
- Incluir a la política general de la compañía, el compromiso con la responsabilidad social y socializar la inclusión de la misma a través de medios electrónicos y personalmente.
- Llevar un registro de la implementación de las decisiones de responsabilidad social y asegurar que dichas decisiones se lleven a cabo de manera socialmente responsable.
- Revisar y evaluar periódicamente la gestión de la responsabilidad social en los procesos de gobernanza de la organización y comunicar al personal y los grupos de interés al respecto y sobre la marcha.
- Realizar una política propia, que se fundamente en la declaración de los derechos humanos promulgados por la ONU, plasmarla en un documento de carácter formal y publicarla en carteleras y difundirla por medio de medios electrónicos y en forma personal.

- Capacitar periódicamente al personal sobre cada uno de los derechos humanos promulgados por la ONU.
- Crear un plan de acción estratégico de derechos humanos y sus diferentes ítems, designando responsables, objetivos medibles, plazos.
- Generar y aplicar periódicamente una evaluación en lo referente a la gestión los derechos humanos en la compañía.
- Diseñar e implementar en su gestión el uso de un protocolo estratégico para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias; que garantice la confidencialidad del proceso y asegure la debida investigación y medidas de acción por parte de la compañía.
- Incluir en la gestión de Recursos Humanos una política de selección y contratación de personas con capacidades especiales y socializar al respecto.
- Identificar los impactos al medio ambiente de la toma de decisiones y actividades en el entorno que la rodea.
- Analizar los efectos e impactos que provoca la compañía en el entorno que lo rodea y establecer un programa de gestión con objetivos y metas para mejorar los mismos.
- Implementar campañas para fomentar el manejo eficiente de los recursos de la empresa, con el fin de reducir el consumo de energía, agua y otros recursos, utilizando indicadores que mida las mejores prácticas.
- Revisar y evaluar periódicamente el programa de gestión de medio ambiente de la compañía.
- Integrar en sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género, y de salud y seguridad.
- Informar al personal a través de la capacitación, sobre el significado de prácticas justas de operación y cuáles son las que aplica la compañía o en su defecto las que se pretenden incorporar.
- Promover entre el personal la generación de ideas innovadoras con respecto a las prácticas justas de operación y garantizar la puesta en marcha de las mismas.
- Evaluar periódicamente los avances en esta materia y plasmarlas en un documento que dé seguimiento al desarrollo de la misma.
- Contactarse con la Administración Central de la Comunidad de Pomasqui y solicitar información sobre cuáles son las organizaciones comerciales que apoyan a la

comunidad, así como las del tercer sector ONGs para movilizarlos a participar en proyectos comunitarios, con el fin de que de ambas partes aúnen esfuerzos y puedan proponer proyectos de acción social conjunta para mejorar la calidad de vida de la comunidad apoyando iniciativas o causas sociales.

- Propiciar procesos de dialogo con la comunidad de Pomasqui, a fin de implicarse en proyectos de economía solidaria, cooperativas de mujeres, desarrollo económico y tecnológico, entre otros.
- Promover programas de inversión social, fomentado el diálogo con los grupos representativos de la comunidad para identificar problemas sociales que tengan y poder determinar las prioridades para dicha inversión y las actividades a desarrollar en procura de solucionar o mitigar dichos problemas que impidan el desarrollo de la comunidad.
- Incorporar en programas de voluntariado estimulando a los trabajadores el trabajo voluntario en la comunidad.
- Dar preferencia para compra de productos y servicios a los proveedores de la comunidad de Pomasqui y contribuir a su desarrollo cuando sea posible.
- Registrar los avances en materia de participación activa y desarrollo de la comunidad, con el fin de realizar el monitoreo y seguimiento respectivo a las actividades en las que se involucra la empresa con la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Fernández, R. (2009). Responsabilidad social de la empresa. Barcelona: Club universitario.
- Cortina, Adela (2006). La responsabilidad social corporativa y la ética empresarial.
- Bowen, Howard (1953). Social responsibilities of the businessman, New York: Harper & Brothers.
- Stolar Ezequiel J y Stolar Danie M. Responsabilidad Social Empresarial Valletta Ediciones. Argentina - Buenos Aires. 2009.
- Fernández Gago Roberto. Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Colección Negocios. Madrid – España.
- Sanchez, Y; Grau, M. Responsabilidad de las Organizaciones. Una perspectiva jurídica en el marco de la economía sostenible en la Unión Europea. Madrid – España
- Gallo Miguel Ángel. Responsabilidades sociales de la empresa. Colección la Empresa y su entorno. Ediciones Universidad de Navarra. España.
- American Psychological Association (2009). Manual de Publicaciones. Editorial El Manual Moderno.

Referencias.

- Global Reporting Initiative. (2002). G4.
- ISO 26000. (2010). ISO 26000.
- Organización de Naciones Unidas. (2000). Pacto Global de la ONU.
- Organización de Naciones Unidas. (2014). Objetivos del Milenio (Agenda post 2015).
- Raufflet, L. B. (2012). Responsabilidad social empresarial.
- Social Accountability International. (2001). SA 2008.
- Tupperware del Ecuador Cía. Ltda. (2015).

Internet

- <http://www.revistatabularasa.org/numerodoce/10quiroya-vargas>
- http://www.tupperware.com.ec/?page_id=106
- <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso26000.htm>.
- <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>
- http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%202014_Spanish.pdf.
- <http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>.
- <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>.
- http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/.
- <http://www.buenvivir.gob.ec/>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

EMPRESA: TUPPERWARE DEL ECUADRO CÍA. LTDA.

NOMBRE: _____

CÉDULA: _____

CELULAR: _____

E-MAIL: _____

PUESTO: _____

1.GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN	SI	PARCIALMENTE	NO
1.1 Existe un compromiso de la dirección de la Organización de cumplir y hacer cumplir mínimamente los requisitos legales aplicables (negocio, proceso, servicio). A partir de este mínimo, existe un compromiso de promover la aplicación de buenas prácticas y mejora en la Organización.			
1.2 Los valores de la Organización fomentan la transparencia y comunicación a todos los niveles.			

<p>1.3 Los valores de la Organización permiten integrar los aspectos novedosos de la responsabilidad social con la gestión convencional de la Organización: Gestión por objetivos, gestión por procesos, gestión de calidad, gestión medioambiental, gestión de prevención de riesgos, planificación estratégica, planificación y seguimiento operativo, cuadro de mando de la Organización.</p>			
<p>1.4 Las personas a cargo de la Dirección de la Organización son un ejemplo de respeto para con todo el personal, de transparencia y comunicación e implicación con los grupos de interés.</p>			
<p>1.5 Los valores y comportamientos deseados en la Organización se han definido en un documento, accesible para todo el personal de la Organización. Este documento es accesible para todos los subcontratistas y personal subcontratado que realiza su trabajo en nombre de la Organización (si los hubiera)</p>			

<p>1.6 Existen criterios claros en la Organización que facilitan la identificación de los grupos de interés (diferentes grupos en contacto con la Organización) y sus necesidades / intereses.</p>			
<p>1.7 Se han identificado todos los grupos de interés de la Organización y los integrantes de los mismos.</p>			
<p>1.8 Existen criterios para ponderar su importancia de cara a la competitividad de la Organización y se han establecido planes o programas de actuación con base en estas prioridades</p>			
<p>1.9 El concepto de calidad se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización (prestación del servicio o atención al cliente)</p>			
<p>1.10 El concepto de Diversidad / No discriminación se ha integrado a lo largo y ancho de la Organización, y se promueve desde la dirección.</p>			
<p>1.11 Se han definido objetivos y metas generales, indicadores medibles, responsables y plazos para la gestión de la RS.</p>			

<p>1.12 Estos objetivos y metas de la Organización se siguen con regularidad, se analizan los incumplimientos y se toman acciones cuando procede.</p>			
---	--	--	--

2. DERECHOS HUMANOS	SI	PARCIALMENTE	NO
<p>2.1 La Organización ha puesto en marcha un plan de acciones en materia de Gestión de la Diversidad e Inclusión.</p>			
<p>2.2 El Plan de acciones relacionado con la Gestión de la Diversidad e Inclusión incluye / aplica a todo el personal de la Organización.</p>			
<p>2.3 Existe un protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias. Este protocolo / proceso incluye las fases de emisión de la denuncia, el análisis, la respuesta al y la implantación hasta la resolución.</p>			
<p>2.4 La Organización valora periódicamente la satisfacción del personal con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión.</p>			
<p>2.5 La Organización garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a los nuevos puestos de trabajo por parte de todas las personas, independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.</p>			

2.6 La Organización garantiza la igualdad de oportunidades en la retribución, (tanto salario fijo, como variable o por objetivos) de todo el personal independientemente de su condición de raza, genero, edad, creencia, orientación sexual, discapacidad.			
2.7 Cuando se produce una vacante en un puesto de trabajo, se plantea la posibilidad de incorporar una persona con discapacidad al mismo.			
2.8 La Organización cumple con la Ley de Integración Social de Personas con Discapacidad.			

3. RELACIONES LABORALES	SI	PARCIALMENTE	NO
3.1 La Organización establece de forma preferente relaciones permanentes (contratos indefinidos) con su personal.			
3.2 La Organización protege la privacidad y los datos de carácter personal del personal contratado.			
3.3 La Organización respeta el derecho de su personal a cumplir el horario laboral normal o acordado, según las leyes, regulaciones o convenios colectivos vigentes.			
3.4 La Organización compensa a su personal por las horas extraordinarias conforme a las leyes, regulaciones o convenios colectivos.			
3.5 La Organización respeta los derechos de libertad de asociación y negociación colectiva.			
3.6 La Organización analiza y controla los riesgos para la salud y seguridad de sus actividades.			

3.7 La Organización proporciona el equipo de seguridad necesario, incluyendo el equipo de protección individual, para la prevención de lesiones, enfermedades y accidentes laborales, así como el equipo de gestión de emergencias.			
3.8 La Organización dispone de ambientes saludables y agradables para el trabajo.			
3.9 Existe un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo en la Organización.			
3.10 Se realizan acciones en la Organización para conocer las expectativas y necesidades del personal en materia de conciliación.			

4. MEDIO AMBIENTE	SI	PARCIALMENTE	NO
4.1 Existe un compromiso por parte de la Organización de prevenir la contaminación generada por sus servicios prestados y actividades que realizan.			
4.2 Este compromiso incluye la mejora de forma continua de su desempeño ambiental, favoreciendo el objetivo global del desarrollo sostenible.			
4.3 La Organización identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.			

4.4 La Organización establece un programa de gestión con objetivos y metas con el objeto de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades.			
4.5 La Organización tiene un plan para evaluar, prevenir y gestionar los riesgos ambientales asociados a su actividad, así como para mitigar los impactos adversos en el entorno			
4.6 La Organización promueve una conciencia respetuosa entre su personal en el trato con el medio ambiente dentro del trabajo			
4.7 La Organización promueve una conciencia respetuosa entre su personal en el trato con el medio ambiente fuera del trabajo			

5. PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	SI	PARCIALMENTE	NO
5.1 Los valores de la Organización previenen cualquier práctica que puede relacionarse como corrupción, soborno, cohecho en la relación con clientes / la administración			
5.2 Las personas responsables de la Organización son un ejemplo de comportamiento ético (anti-corrupción), en sus relaciones con los clientes y con la Administración Pública.			
5.3 La Organización es un referente en su ámbito en temas relacionados con la Responsabilidad Social / Respeto.			
5.4 La Organización promueve la adopción de la Responsabilidad Social / el Respeto en su entorno y grupos de interés.			

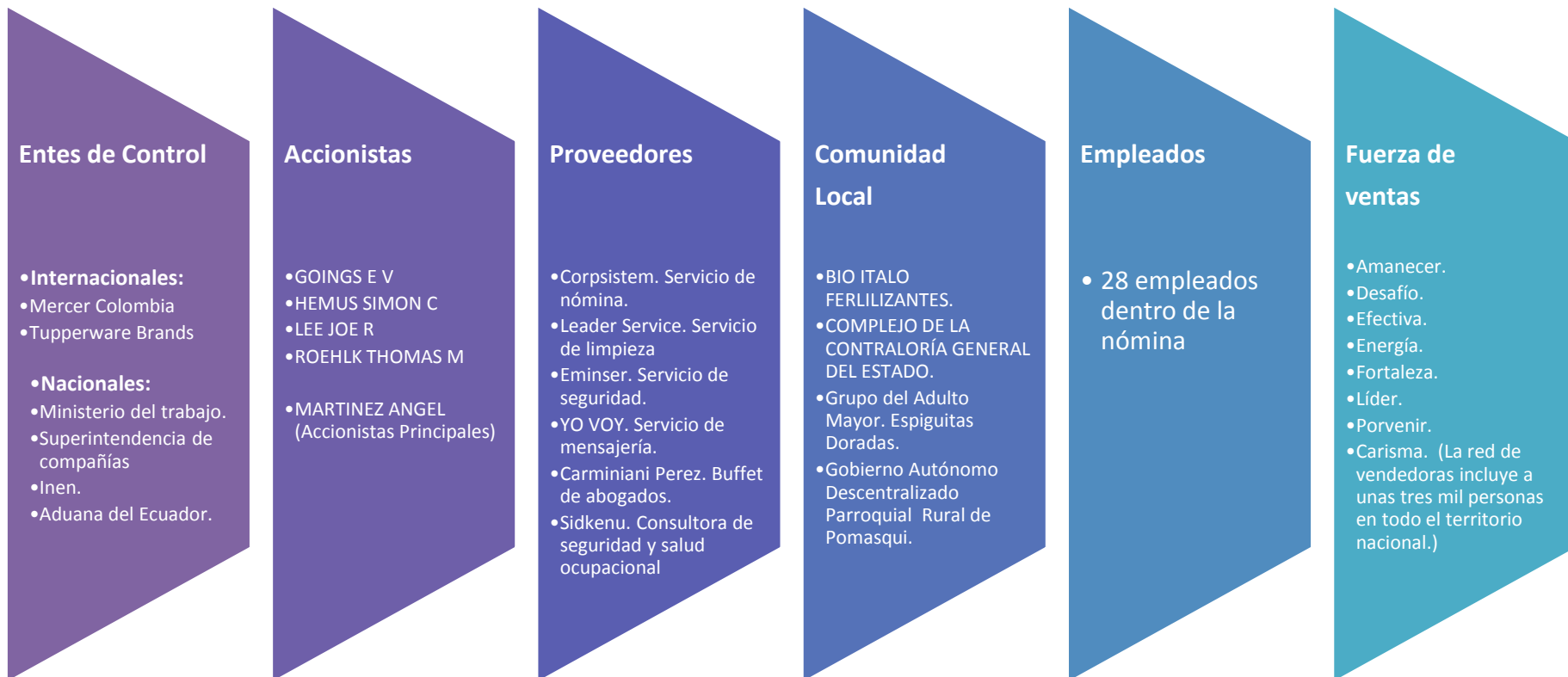
5.5 La Organización promueve la innovación entre todo el personal. Premia y reconoce los esfuerzos / aportaciones del personal implicado.			
---	--	--	--

6. ASUNTOS DE CONSUMIDORES	SI	PARCIALMENTE	NO
6.1 Los principios de la calidad forman parte de la cultura de la Organización con objeto de conseguir la máxima satisfacción de clientes / consumidores.			
6.2 Existe un compromiso continuo con la calidad y la innovación, incluyendo en el diseño del servicio criterios éticos, laborales, sociales y ambientales.			
6.3 La Organización presenta en todo momento una información clara y honesta de su oferta de servicios al cliente/consumidores.			
6.4 La Organización vela por la seguridad del servicio que pone a disposición de los consumidores / clientes			
6.5 Existe un sistema para admitir, registrar y tramitar las reclamaciones de los clientes/consumidores.			
6.6 El sistema de gestión de las reclamaciones incluye el análisis de las causas, el tratamiento dado a la reclamación y la respuesta dada.			
6.7 La Organización realiza evaluaciones de la satisfacción del cliente.			
6.8 Se establecen y ponen en marcha acciones, con responsables y plazos, para la mejora de situaciones no satisfactorias.			

7. PARTICIPACION ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	SI	PARCIALMENTE	NO
7.1 Conocen a las organizaciones del entorno que promueven la competitividad, innovación, trabajo colaborativo. Ej. Asociaciones, colegios profesionales			
7.2 Entablan relación con estas organizaciones. Proponen proyectos o colaboran en proyectos y grupos de trabajo en curso.			
7.3 Conocen las organizaciones del tercer sector del entorno (ONGs, fundaciones, asociaciones de tiempo libre), y sus proyectos más relevantes.			
7.4 Colaboran con estas organizaciones en los proyectos sociales en curso o les proponen nuevos proyectos en colaboración.			
7.5 Se implican en proyectos que favorecen el espíritu emprendedor, las cooperativas de mujeres y grupos en peligro de exclusión social.			
7.6 Se implican en proyectos que favorecen el desarrollo económico y tecnológico de la comunidad local.			

Formato de encuesta. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda. (2015).

GRUPOS DE INTERÉS DE TUPPERWARE



Anexo 3.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

Área:

Jefe de Área:

Tupperware[®]	INFORMACIÓN DEL PROCESO
Nombre y Nro. del proceso:	
Insumos necesarios para desarrollar el proceso:	
Principales procedimientos, actividades y tareas, descripción narrativa en orden secuencial:	
Producto o servicio final:	
Usuario del proceso:	
Responsable de ejecutar el proceso:	

Puntos de control:	
Indicadores de gestión:	
Buenas prácticas:	

P, Rivadeneira (2015). *Formato de ficha de descripción de procesos*. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

Revisado por
Jefe de área

Elaborado por
Priscila Rivadeneira
Coordinadora Sénior RRHH

Aprobado por
Alejandro Bello
Presidente

Anexo 4. Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias



Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias

El colaborador que sienta que ha sido objeto de prácticas discriminatorias podrá acogerse al protocolo de denuncias del código de conducta de la Organización:

Las denuncias se pueden presentar bien por escrito, o a nuestra línea de atención telefónica o por correo electrónico.

TUPERWARE CORPORATION
pattijohnson@tupperware.com.
Gerente de RRHH para las Américas.
Post Office Box 2363
Orlando, Florida 32802-2553
USA


Dichas denuncias pueden presentarse en forma anónima si se desea.

Análisis de pertinencia de la denuncia	Respuesta a la denuncia	Implantación de respuesta	Responsable de la implantación

P, Rivadeneira (2015). *Formato de Protocolo para la detección y denuncia interna de prácticas discriminatorias*. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

Anexo 5. Formato de documento para la definición de políticas de No Discriminación

POLÍTICAS DE NO DISCRIMINACIÓN.

	Nombre de proceso:	Área:
Descripción del proceso.- <ul style="list-style-type: none">••••		
Políticas de no discriminación definidas por procesos.- <ul style="list-style-type: none">••••		
Beneficios.- <ul style="list-style-type: none">••••		
INDICADORES <ul style="list-style-type: none">••••		

P, Rivadeneira (2015). Formato de documento para la definición de políticas de No Discriminación. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

Aprobado por
Alejandro Bello
Presidente

Elaborado por
Priscila Rivadeneira
Coordinadora Sénior RRHH

Anexo 7. Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión



Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión

Nombre:	
Área:	
Puesto:	

PREGUNTA GENERAL

¿Cuál considera UD es su nivel de satisfacción con las acciones que ha emprendido la compañía relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión? _____

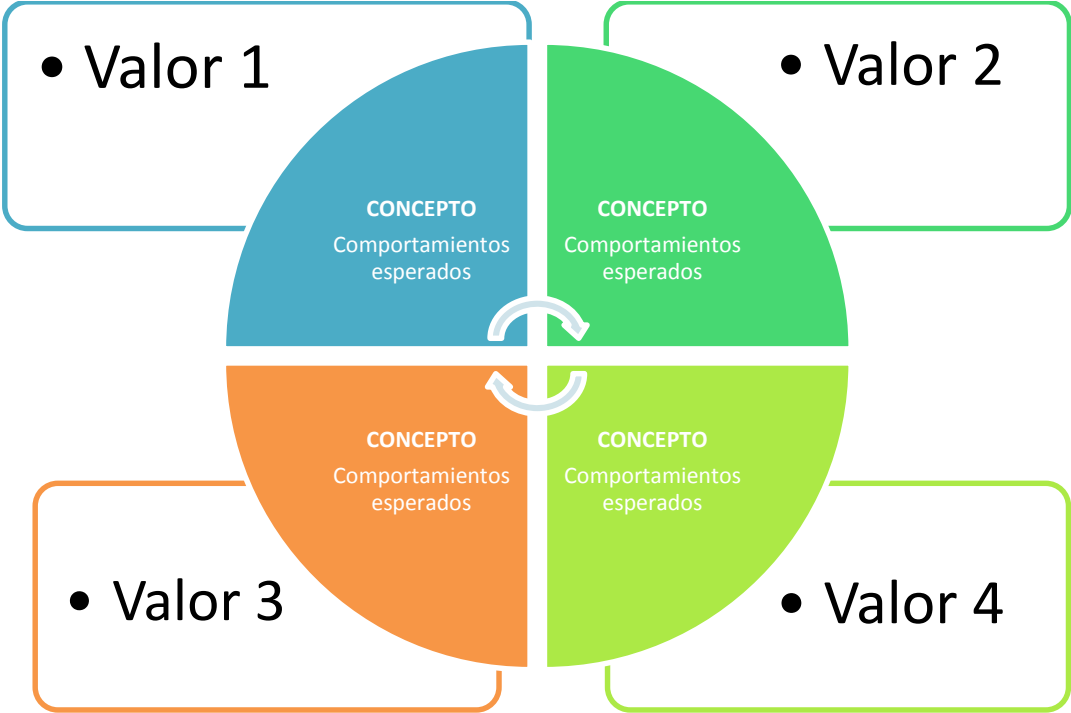
Calificación:

- Del 1 al 4
- 4 (muy satisfactoria)
- 3 (satisfactoria)
- 2 (poco satisfactoria)
- 1 (insatisfactoria)

ACTIVIDAD	NIVEL DE SATISFACCIÓN
•	
•	
•	
•	
TOTAL	-----

P, Rivadeneira (2015). *Formato de documento Guía de entrevista para conocer el nivel de satisfacción con las acciones relacionadas con la gestión de la Diversidad e Inclusión*. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

Anexo8. Formato para definir los valores y comportamientos corporativos.



P, Rivadeneira (2015). *Formato para definir los valores y comportamientos corporativos*. Programa de Responsabilidad Social de Tupperware del Ecuador. Cía. Ltda.

GLOSARIO

Responsabilidad Social Empresarial: “Actuación voluntaria de las empresas, en los campos de la ética de los negocios, de la ecología o de la mejora de la situación de la sociedad en la que realizan sus operaciones”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p.29.)

Stakeholders: “Término utilizado para referirse a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p.45.)

Programa de responsabilidad social: “Proyecto de contribución activa y voluntaria para el mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p. 267.)

Gobierno Corporativo: “Conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, como son los tres poderes dentro de una sociedad: los Accionistas, Directorio y Alta Administración”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p. 305.)

Reputación Corporativa: “Es el reconocimiento que los stakeholders de una compañía hacen de su comportamiento corporativo a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas si los hubiere y con la comunidad en general”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p. 305.)

Esfera de influencia: “Ámbito/alcance de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual una Organización tiene la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones”. Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington – Estados Unidos: (p. 305.)