



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

**ELABORAR UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA DISTRIBUIDORA DE GLP EN
GUAYAQUIL**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERO
EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON CONCENTRACIÓN EN
GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTOR: ALEJANDRO ISRAEL ZAMBRANO VARGAS

TUTOR: JOHN CHIRIBOGA YCAZA

SAMBORONDÓN, JULIO DEL 2012

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo muy especialmente a mis padres, Jaime y Nidia, pilares fundamentales de mi vida. Si hay algo que sé hacer bien es por ustedes y en casos como éstos cuando llega la recompensa de un trabajo, de un esfuerzo, no puedo dejar de recordar el apoyo, los consejos, la cercanía y devoción. Este trabajo es para ustedes.

A mi hermana, Claudia, por siempre estar a mi lado con las palabras necesarias y también por su apoyo incondicional.

A mi abuela Julia y tía América, no siempre están a mi lado físicamente pero nunca me faltan en el corazón; son mi ejemplo de fuerza, lucha, tenacidad e ingenio.

Al resto de mi familia que de una u otra manera han aportado en mi formación.

Agradecer infinitamente a mis profesores de la UEES, todos dejaron enseñanzas importantes en mí. Una mención especial en mi agradecimiento al Dr. Guillermo Flores y a mi tutor John Chiriboga, personas excepcionales en conocimientos y humanidad; grandes seres humanos.

A mi enamorada, amiga, compañera, soporte, Lluang, gracias por siempre estar a mi lado apoyándome en mis decisiones. Igualmente a mis amigos y amigas por ser incondicionales.

Gracias infinitas a todos. Con mucho cariño.

Alejandro Zambrano Vargas

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	vi
1 Capítulo I: Generalidades	1
1.1 Planteamiento del Problema:.....	1
1.2 Objetivo General:	1
1.3 Objetivos específicos:	1
1.4 Justificación y delimitación (alcance):	2
2 Capítulo 2: Marco referencial.....	2
2.1 Antecedentes.....	2
2.2 Marco Teórico	3
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	3
2.2.2 Instituciones que promueven la RSE	3
2.2.3 Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial	4
2.2.4 DURAGAS S.A. – Repsol.....	11
2.3 Marco Conceptual	11
2.3.1 ¿Qué es la RSE?	11
2.3.2 ¿Qué son los Stakeholders?.....	12
2.3.3 ¿Qué es inversión social?.....	12
2.3.4 ¿Qué es un mapeo de stakeholders?.....	12
2.3.5 ¿Qué es combustible?.....	12
2.3.6 ¿Qué es competitividad sostenible?.....	12
2.3.7 ¿Qué es desarrollo sostenible?.....	12
2.3.8 ¿Qué es la triple rentabilidad (económica, social y ambiental) en las empresas?.....	13
2.3.9 Metodología propuesta	13
2.3.10 Técnicas de investigación	13
3 Capítulo 3: Desarrollo del Trabajo.....	13
3.1 Diagnóstico RSE	13
3.1.1 Componente ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO.....	14
3.1.2 Componente CALIDAD DE VIDA Y LABORAL	16

3.1.3	Componente CADENA DE VALOR (Proveedores).....	17
3.1.4	Componente RELACIÓN CON CONSUMIDORES (Marketing Responsable - Consumo Responsable).	19
3.1.5	Componente COMUNIDAD.....	21
3.1.6	Componente MEDIOAMBIENTE.....	23
3.2	Mapeo de Stakeholders de Duragas y su relación de interés vs poder.	25
3.3	Análisis de producción de GLP en Ecuador: actualidad y perspectivas.....	27
3.4	Análisis del mercado de producción de GLP en Ecuador.	30
3.5	Análisis de distribución GLP internacional	31
3.5.1	SUS APLICACIONES.....	31
3.5.2	PERSPECTIVA MUNDIAL, USO Y OFERTA DE GLP.....	33
3.6	Régimen legal para comercialización y distribución de GLP por el Estado Ecuatoriano a Duragas.....	35
3.7	Seguridad industrial en compañías que manejan químicos e hidrocarburos.	38
3.7.1	Sistemas y medidas de seguridad generales.	39
3.8	Plan de implantación de las recomendaciones en Duragas S.A.	40
3.9	Reporte de sostenibilidad: etapas y cronograma.....	55
4	Conclusiones.....	56
5	Recomendaciones	57
6	Cronograma de actividades y presupuesto de inversión	58
7	Bibliografía.....	60
8	Anexos	62
8.1	ARCH OFICIO No. 625 Calificación de Solicitud para comercialización de GLP	62
8.2	DIAGNÓSTICO DE MODELO RSE EN UNA EMPRESA (FORMATO PROHUMANA CHILE).....	65

INTRODUCCIÓN

Duragas S.A. es una empresa que se dedica al envasado y comercialización de Gas Licuado de Petróleo (GLP) con más de 50 años de experiencia en el mercado. A través de los años se ha consolidado como la figura representativa de la comercialización del Gas Licuado de Petróleo en el Ecuador, ya que es líder en el mercado. La compañía Duragas nació en el año de 1956. Desde sus inicios, su primera labor fue la de industrializar el procesamiento de GLP, implantando en nuestro país el sistema de almacenamiento, distribución y utilización de tipo doméstico de éste derivado del petróleo. Su primera ubicación fue la planta de Guayaquil y con el pasar de los años se han edificado nuevos centros de trabajo como son las plantas ubicadas en Montecristi, Bellavista, Shushufindi, Pifo.

El 24 de Julio de 1998, el grupo Repsol YPF compró mayoritariamente la compañía Duragas, y después de unos años, la totalidad del paquete accionario, con lo cual se dio paso a una nueva administración con un enfoque multinacional.

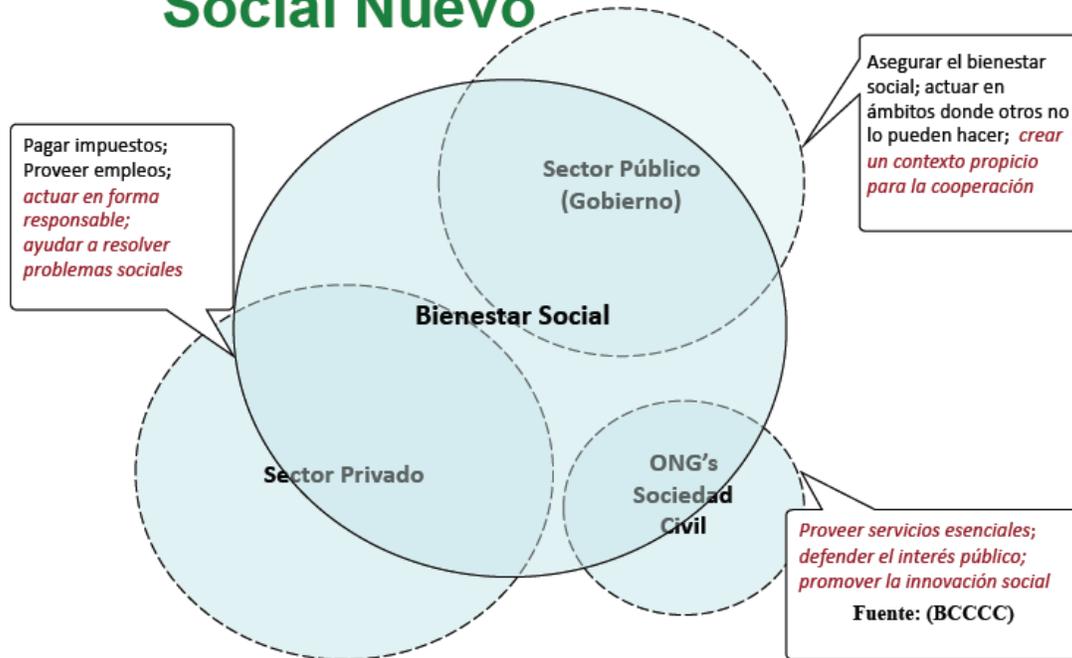
En la actualidad Duragas S.A. es una compañía del grupo Repsol YPF, empresa dedicada a la explotación de productos no renovables y la producción de distintas energías en el mundo.

El fin de este trabajo es demostrar que mediante una política de responsabilidad social corporativa, Duragas S.A. puede lograr grandes beneficios tanto económicos como sociales al minimizar impactos ambientales, mejorando las relaciones con la comunidad, y sobretodo el compromiso con la seguridad empresarial.

La responsabilidad social empresarial, entre varias otras definiciones, es la forma como una empresa transmite sus valores básicos; minimiza los daños de sus operaciones y aumenta los beneficios de la sociedad. Es la responsabilidad de una organización ante los impactos, que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuye al desarrollo sostenible (incluye salud y bienestar de la sociedad).

Gráfico #1: EL CONTRATO SOCIAL NUEVO

El Contrato Social Nuevo

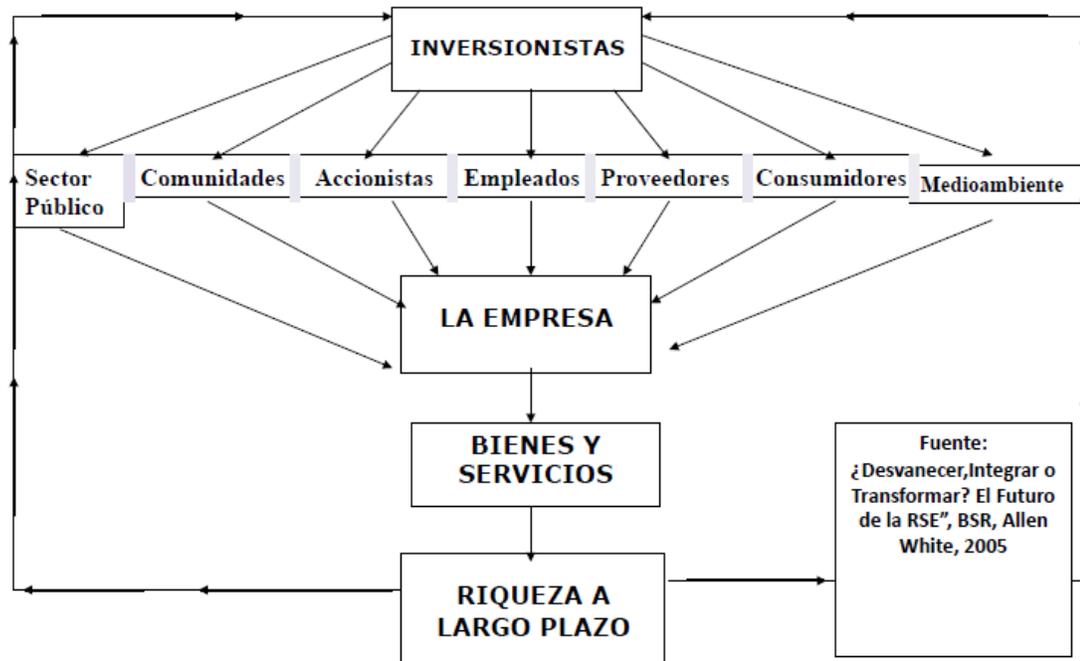


“No creo que las empresas se deberían enfocar solamente en el éxito comercial. Su existencia está estrechamente ligada al bienestar de las comunidades donde operan.”

Marck Benioff, CEO de Salesforce.com

Gráfico #2: RSE- UNA PERSPECTIVA GLOBAL

RSE-Una Perspectiva Global



Después de una breve introducción, este documento sobre **“Diseño de un plan de responsabilidad social corporativa para una comercializadora de GLP en la ciudad de Guayaquil”** estará enfocado al desarrollo de 5 capítulos que se dividen de la siguiente manera.

El primer capítulo contendrá el desarrollo del planteamiento del problema, se identificará un objetivo general y tres específicos con sus justificaciones.

En el capítulo dos se desarrolla el marco referencial donde se mencionan los antecedentes y a su vez el marco teórico en el cual se explica en qué consiste la Responsabilidad Social Empresarial y la importancia de su aplicación en la comercializadora de GLP, Duragas S.A.

El tercer capítulo desarrolla el trabajo en sí, donde se evaluará a la empresa, tendremos el análisis de impacto social, económico y ambiental; y su diagnóstico.

En el penúltimo capítulo, luego de revisar el desarrollo, pros y contras del sistema de gestión, se analizarán los resultados obtenidos y las conclusiones.

Finalmente, en el quinto capítulo tendremos las recomendaciones para implementar nuevas prácticas de RSE y/o mejorar las ya existentes.

1 Capítulo I: Generalidades

1.1 Planteamiento del Problema:

Hace poco tiempo atrás se ha cambiado el concepto de que la única responsabilidad de una empresa es generar utilidades sin importar lo demás; esta concepción ya no es suficiente ni aceptada. Las empresas deben estar conscientes que sus actividades afectan de una u otra manera al entorno donde se desarrollan y a sus empleados.

Aunque la responsabilidad corporativa es inherente a la empresa y se da por sobrentendida, que va mas allá del cumplimiento de la ley, esto se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental para sí y sus stakeholders relacionados. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa (independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece), del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

“Es verdad que se ha considerado por mucho tiempo que los objetivos económicos y sociales son distintos y a menudo compiten entre sí. Pero ésta es una dicotomía falsa. Representa una perspectiva cada vez más obsoleta en un mundo de competencia abierta basada en el conocimiento. Las empresas no funcionan aisladas de la sociedad que las rodea. De hecho, su habilidad para competir depende considerablemente de las circunstancias de los lugares donde operan.” — Fuente (Porter & Kramer 2002)

1.2 Objetivo General:

Elaborar un plan de responsabilidad social corporativa para la empresa DURAGAS S.A. - REPSOL en las oficinas de Guayaquil.

1.3 Objetivos específicos:

1. Identificar los impactos ambientales dentro del giro del negocio.
2. Aumentar el compromiso con la seguridad industrial mediante programas de prevención.

3. Fortalecer las relaciones con la comunidad mediante el seguimiento a los programas de vinculación y participación.

1.4 Justificación y delimitación (alcance):

Este trabajo busca demostrar la importancia de apegarse a las nuevas prácticas de gestión empresarial e incorporar a las empresas el modelo de responsabilidad social corporativa. Para esto es importante que exista el diálogo e interacción con la gente relacionada a la compañía. Para que una empresa actúe con responsabilidad social, desde una perspectiva sistemática y amplia, es necesario que ese concepto sea incorporado a sus procesos de gestión y que pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna.

Parte del proceso de este trabajo es realizar un diagnóstico de RSE a DURAGAS para determinar el estado actual de sus gestiones, basado en los resultados, se harán comentarios y recomendaciones a aplicar a sus modelos de gestión para incorporar nuevos métodos o en su defecto mejorar los ya existentes.

2 Capítulo 2: Marco referencial

2.1 Antecedentes

La fecha exacta en que se inicia la responsabilidad social empresarial no se conoce, pero hay precedentes que marcan algún antecedente, y se dice que hay documentos del siglo XIX y un poco anterior a eso, que demuestran que desde esas épocas hubieron compañías que tenían acciones favorables hacia sus empleados.

Posteriormente con la creación de la ONU y el surgimiento de los Derechos Humanos, se edificó una base sólida para que se creara una mayor conciencia social.

Se conocen varios acontecimientos de donde se generó lo que ahora conocemos como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entre ellos: La Conferencia de Estocolmo 1972, El protocolo de Kyoto en 1997, iniciativas empresariales como AA1000, SA8000, el Pacto Mundial; organizaciones como Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos.

La RSE constantemente está cambiando, incorporando nuevos conceptos, segmentando mejor sus grupos de interés, hoy en día se habla de las “generaciones futuras” como nuevo actor cuando hasta hace poco no preveía; así como la creación de la tan mencionada ISO26000. La RSE no es estática y se disipa en buena hora por todo el mundo. A Ecuador ha llegado esta tendencia, y muchas empresas, la mayoría internacionales y grandes empresas ecuatorianas, están adoptando ese nuevo modelo de operación, lo cual es beneficioso para todos.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La responsabilidad social empezó con un concepto más bien caritativo y de solidaridad hacia otro grupo necesitado, pero poco a poco estas definiciones fueron cambiando. Luego, la RSE se basó en la importancia de sus decisiones y cómo éstas afectarían positivamente o negativamente al lugar en donde se desarrollan, es así que ser una empresa socialmente responsable no es más que aquella compañía que actúa en beneficio de la comunidad y a su vez en beneficio propio, lo que se conoce como GANAR-GANAR.

En el país, esta tendencia no tiene mas de 7 años, como podemos darnos cuenta somos nuevos en éstas prácticas y en muchos casos los inversionistas no tienen muy claro el tema y no comprenden el beneficio a mediano y largo plazo.

2.2.2 Instituciones que promueven la RSE

En Ecuador contamos con tres organizaciones que se dedican a fomentar y difundir la Responsabilidad Social Empresarial y sus prácticas en el país. Estas organizaciones son:

- Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)
- Consejo Empresarial para el desarrollo sustentable (CEMDES)
- Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)

2.2.3 Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial

Una empresa socialmente responsable debe incorporar las mejores prácticas en los procesos de gestión y en las estrategias del negocio. Cuando esto ocurre, los indicadores de RSE ayudan a evidenciar las consecuencias e impactos que generan sus actividades productivas o comerciales en la sociedad y a verificar periódicamente la evolución de la RSE en la empresa. Estos indicadores a su vez permiten evaluar el desempeño de una empresa en distintos campos ya sean medioambientales, comunitarios, laborales, etc. Entre los indicadores, normas y acuerdos de aceptación general más importantes destacan los siguientes:

- ✓ Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)
- ✓ Indicadores Ethos (Instituto Ethos)
- ✓ Norma SA 8000 (Social Accountability International SAI)
- ✓ Norma AA 1000 (AccountAbility)
- ✓ Pacto Mundial
- ✓ ISO 26000

Los indicadores o componentes de la Responsabilidad Social Empresarial son los siguientes:

2.2.3.1 Ética y Buen Gobierno Corporativo

Es el primer componente en el modelo de RSE en una empresa y entre las características que presenta tenemos: contar con códigos de ética donde se definen los valores bajo los cuales se desenvuelven sus colaboradores, un gobierno corporativo claramente definido y sus funciones, informes contables transparentes, 100% veraces; también se menciona las relaciones con la competencia las cuales deben ser leales, lo que guarda coherencia con el código de ética y finalmente un reporte de sustentabilidad.

Este componente se puede considerar la columna vertebral del modelo de responsabilidad social empresarial ya que es donde se establecen las bases que guiarán el accionar de la compañía en adelante.

Gráfico #3: Etapas para la elaboración de reportes de sustentabilidad



Fuente: (Kowszyk, 2007)

2.2.3.2 Calidad de Vida Laboral

Se considera, si no el más importante, uno de los principales componentes para el desarrollo y crecimiento de la compañía, ya que mantener satisfecho a los colaboradores crea lealtad y compromiso para la empresa, lo que significa que cada trabajador dará lo mejor para su desempeño.

La calidad de vida laboral a su vez se compone de los siguientes subcomponentes:

- ✓ Seguridad e higiene
 - Riesgos laborales, charlas informativas sobre riesgos en seguridad, accidentes de trabajo, etc

- ✓ Política de Salud
 - Ambientes saludables, clima laboral sano, programas de salud,
- ✓ Política con los sindicatos u organizaciones de trabajadores
 - Organización de trabajadores, acuerdos entre trabajadores y la gerencia.
- ✓ Políticas de contratación
 - Con criterios objetivos, sistema de promoción, políticas difundidas.
- ✓ Políticas de capacitación
 - A todo tipo de trabajador,
- ✓ Políticas de beneficios
 - Adicional a lo establecido en leyes, motivar a los colaboradores con acciones por parte de la empresa que generen fidelidad.
- ✓ Conciliación vida personal y vida familiar
 - Preocuparse por la estabilidad emocional del trabajador.
 - Apoyo psicológico
- ✓ Política de previsión
 - Preparar al personal para el momento de su retiro.
 - Generar capacidad de ahorro
- ✓ Política de prevención y sanción del acoso
 - Evitar conflictos laborales de todo tipo
- ✓ Política de diversidad.
 - Respeto de los derechos humanos.

2.2.3.3 Cadena Valor

Este componente evalúa la relación de la empresa con sus proveedores directos e indirectos, la recomendación en esta relación es ser muy éticos y transparentes siempre para crear fidelidad y responsabilidad de parte de los proveedores y también de los distribuidores, en el caso de esta empresa que también se desarrolla en la distribución de tanques de gas. Este componente, maneja tres subcomponentes muy importantes tales como:

Desarrollo de proveedores

Los proveedores juegan un papel fundamental para alcanzar los objetivos de las empresas, agregando valor a la gestión entregando bienes y servicios de excelente calidad, así como el desarrollo de nuevos productos que satisfacen requerimientos específicos para la empresa, buscando mantener relaciones colaborativas y de confianza mutua de largo plazo.

Encadenamiento productivo

Es la relación de largo plazo que establecen unidades empresariales con el propósito de obtener beneficios conjuntos, de allí que el interés de promoverlos, debe sustentarse en los beneficios económico-sociales que se derivan y no en el encadenamiento en sí. La existencia de relaciones insumo-producto es una condición necesaria pero no suficiente para la existencia de un encadenamiento productivo, ya que el encadenamiento implica cierto grado de compromiso entre las empresas más allá de una compra o venta normal.

Aspectos laborales

En este punto, se trata de verificar que los proveedores de una empresa no infrinjan las leyes o derechos humanos, por ejemplo que no hayan personas obligadas a trabajar, que no se utilice mano de obra infantil, y que los colaboradores laboren bajo condiciones dignas de trabajo, sin discriminación.

2.2.3.4 Relación con Consumidores

El consumidor consume productos y servicios, valga la redundancia, en él intrínsecamente demanda:

1. Expectativas (espera satisfacciones del producto),
2. Necesidades (que el producto debe satisfacer), y
3. Costumbres (que condicionan el proceso de venta).

Los tres componentes mencionados anteriormente son los que nos permiten diseñar la oferta para cerrar el círculo de la estrategia: diseñar el QUÉ (un

producto) para satisfacer al QUIÉN (un cliente) y lograr su preferencia permanente.

“El comportamiento de una empresa frente a sus consumidores es fundamental para incrementar sus beneficios ya que:

- *Aumenta o disminuye las ventas del producto.*
- *Influye fuertemente en la marca o sello de la empresa.”*

(Chiriboga Ycaza, Responsabilidad Social Empresarial, 2010)

Para una buena relación con los consumidores se debe tener en cuenta 3 aspectos:

Satisfacción de los consumidores

El consumidor es atraído por el marketing de una empresa. Esta función tiene objetivos por conseguir, que son los motivos por los cuales se les paga a los que la atienden: preocuparse de los clientes actuales, que compren más y más frecuentemente; de los clientes de la competencia, que se pasen a nuestra marca; de los no usuarios, que consuman nuestro producto; de sembrar sostenibilidad, mirar el largo plazo.

Cada uno de esos objetivos se ejecuta sobre el consumidor que cae dentro de él; por lo tanto, es imprescindible mirar “qué hay dentro de cada uno de ellos”. La satisfacción del consumidor es la consideración más importante en la composición del premio, hay que concentrarse en el cliente. En la actualidad donde el mercado es tan competitivo, el éxito en cualquier industria o empresa es que los vendedores piensen y se pongan en los zapatos del consumidor.

Política publicitaria

El área de la publicidad es sumamente amplia y tiene mucha diversidad. En general, un anuncio es una información pública que busca hacerse noticia, invitar al consumo o suscitar determinada reacción. La publicidad tiene dos objetivos primordiales que son, informar y persuadir; y si bien estos dos propósitos no son similares, los dos se encuentran frecuentemente al mismo tiempo. Los consumidores se dejan llevar por emociones, sentimientos, razones y posiciones ganadas previamente en su mente.

Es importante que las empresas cuenten con políticas publicitarias que esté ligado al código de ética de la empresa, es decir, que no se permita publicidad engañosa, imágenes de discriminación, o sexuales, etc.

Conocimiento de daños potenciales

Existen muchos casos en que ciertas empresas involuntariamente durante su proceso de producción han tenido fugas o fallas de materiales y cuando sus productos salen al mercado causan daños, enfermedades y hasta muertes en los consumidores. Las empresas son las responsables absolutas de estos hechos y para evitarlo deben destinar recursos para velar por el correctísimo proceso productivo, aplicar constantemente nuevas tecnologías que disminuyan los riesgos de mala fabricación y disponer de un control de calidad de altísimo nivel.

2.2.3.5 Relación con Medioambiente

Todo proceso de producción tiene repercusión sobre el medioambiente, lo que genera indirecta o directamente, un impacto ambiental. Este componente tiene como objetivo demostrar de qué manera la empresa está afectando al medio donde se desarrolla y qué hacer para evitar daños potenciales a la naturaleza.

Ejemplo de impactos ambientales:

- Consumo de energía: gas natural, combustible, petróleo.
- Sobreexplotación de recursos naturales: agotamiento de minerales, madera, superficies utilizables, especies marinas.
- Contaminación del medioambiente: contaminación atmosférica, dióxido de carbono, radiación, contaminación del agua.

2.2.3.6 Relación con Comunidad

Las empresas tienen a la comunidad como un stakeholder (grupo de interés) muy importante por lo cual siempre deben tener una relación buena, el ambiente debe ser favorable debido a que la comunidad puede servir como apoyo para el desarrollo de una empresa, por ejemplo, si la empresa le da

beneficios a la comunidad aledaña, éstos a su vez pueden proteger las instalaciones en muestra de reciprocidad.

Para tener una buena relación con la comunidad deben tomarse en cuenta 3 aspectos importantes a considerar para crear el vinculo entre empresa y comunidad.

Diálogos con públicos de interés

Es necesario tener identificados los grupos de interés más importantes para con ellos establecer medios de comunicación fluidos y conocer cuáles son sus necesidades, expectativas e intereses sobre la empresa.

Existe una matriz de Interés/Poder que nos sirve para identificar lo antes mencionado.

Gráfico # 4: Matriz interés - poder



(Chiriboga Ycaza, 2010)

Vinculación con Comunidad / Inversión social

Las maneras de vincularse con la comunidad es invirtiendo en ella, por ejemplo haciendo escuelas para los niños de la comunidad aledaña, involucrando a las personas en proyectos sociales como capacitaciones en varias tareas para que posteriormente se puedan desarrollar económicamente y hasta se pueda crear fuentes de trabajo.

Voluntariado Corporativo

El voluntariado corporativo está ligado a la vinculación con la comunidad, esto se da por iniciativa de las personas que trabajan en la empresa y las personas participan sin obligación y se trata de actividades voluntarias para realizar un proyecto de inversión social, por ejemplo, mingas de limpieza, venta de ropa a bajos precio, construcción de escuelas o cerramientos, capacitación en computación, o en otras materias que la comunidad desee. El rol de la empresa simplemente es facilitar el tiempo a los colaboradores para que desarrollen estas actividades humanitarias.

2.2.4 DURAGAS S.A. – Repsol

Duragas es una empresa que se dedica a envasar y comercializar GLP con más de 50 años de experiencia en el mercado. A través de los años se ha consolidado como la figura representativa de la comercialización del Gas Licuado de Petróleo en el Ecuador, ya que es líder del mercado. El 24 de Julio de 1998, el grupo Repsol YPF adquirió mayoritariamente la compañía Duragas, y después de unos años adquirió el total del paquete accionario, con lo cual se dio paso a una nueva administración con un enfoque multinacional.

Esto ha permitido que, junto con el esfuerzo del personal técnico y administrativo, Duragas S.A. – Repsol se convierta en una compañía líder en el ámbito de la comercialización de gas licuado de petróleo en el Ecuador.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 ¿Qué es la RSE?

La responsabilidad social empresarial significa hacer negocios o desarrollar las actividades financieras basados en la ética y en principios apegados a la

ley. La empresa debe estar consciente de que sus decisiones cualesquiera que estas sean afectan directamente positiva o negativamente a la sociedad.

2.3.2 ¿Qué son los Stakeholders?

Los stakeholders son personas o grupo de personas, instituciones o entorno físico que pueden ser impactadas por las actividades o decisiones que asume la empresa.

2.3.3 ¿Qué es inversión social?

Mientras la inversión social radica en todo acercamiento estratégico que hace la empresa a sus comunidades más cercanas; la inversión socialmente responsable es la que declara claramente sus criterios éticos, sociales y ambientales y quien invierte decide si dichas inversiones son correctas para su grupo de interés.

2.3.4 ¿Qué es un mapeo de stakeholders?

Un mapeo de stakeholders no es más que diferenciar y a la vez integrar cada grupo de interés basados en las expectativas que tienen con la empresa

2.3.5 ¿Qué es combustible?

Combustible es toda sustancia que produce una reacción hiperpotágena con el oxígeno de forma violenta, produce calor, llamas y gases. Hay varios tipos de combustibles, los sólidos (carbón, madero y turba), los líquidos (gasóleo, queroseno y gasolina) y los gaseosos (gas natural o GLP).

2.3.6 ¿Qué es competitividad sostenible?

Es el mejor manejo de los recursos de la empresa, a fin de potenciar la relación con los stakeholders que sostienen directamente la productividad de la corporación: clientes, proveedores, accionistas e inversionistas, colaboradores, tecnología e innovación. Exige un criterio de aminoramiento del impacto ambiental, sostenido, en todos los procesos productivos y administrativos de la corporación. El objetivo es la mejora continua para proyectarse como factor de desarrollo local.

2.3.7 ¿Qué es desarrollo sostenible?

Es el crecimiento permanente al que debe ir un grupo social constituido por su vecindad, cercanía geográfica, objetivo social gremial o de rentabilidad. Presupone un estado de calidad de vida, alcanzado previamente, como consecuencia del proceso de crecimiento.

2.3.8 ¿Qué es la triple rentabilidad (económica, social y ambiental) en las empresas?

Metodología que mide o reporta la rentabilidad de un emprendimiento en función de sus resultados en el orden económico, social y ambiental con el fin de obtener resultados positivos, teoría liderada por John Elkington. Da cuenta de la generación del valor económico social y ambiental en la empresa y en su relacionamiento con sus stakeholders. Este mecanismo de medición (Triple cuenta de resultado) se refleja en un Balance Social o Balance de sostenibilidad de la Empresa.

2.3.9 Metodología propuesta

Este trabajo de titulación tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo; ya que se realizará un diagnóstico de cada uno de los componentes de la RSE de la empresa para evaluar la situación actual de la misma.

2.3.10 Técnicas de investigación

Debido al tipo de evaluación que amerita realizar este modelo de gestión. Se realizarán encuestas a los accionistas y colaboradores de la compañía para obtener información de la misma, a los proveedores, a la comunidad, y a los consumidores para evaluar la relación que mantiene la empresa con cada uno de los sectores mencionados.

También nos basaremos en la información documentada que posee la empresa para ayudar en el proceso de diagnóstico o evaluación.

3 Capítulo 3: Desarrollo del Trabajo

3.1 Diagnóstico RSE

En este capítulo realizaremos una evaluación de diagnóstico para medir los niveles de aplicación de RSE que tiene la empresa DURAGAS S.A.. Es importante realizar este análisis para contar con índices de medición a futuro, de esta manera se podrá integrar nuevos modelos de gestión o redefinir los ya aplicados para mejorar y convertir a DURAGAS S.A. en una empresa socialmente responsable al 100% en todos sus componentes.

A continuación, se analizará uno a uno cada componente del diagnóstico del modelo RSE realizada en la empresa DURAGAS S.A. teniendo como

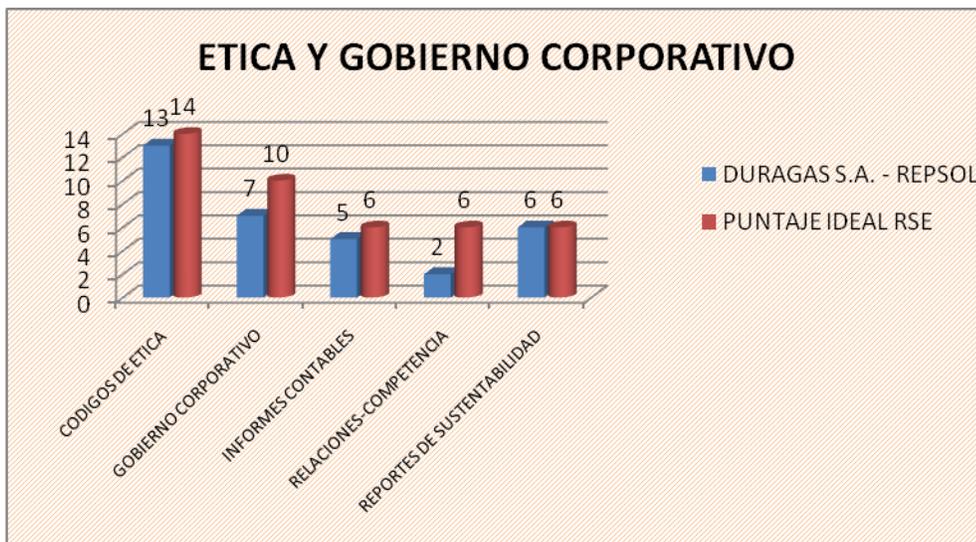
referencia los puntajes ideales a obtener en una empresa socialmente responsable al máximo.

3.1.1 Componente ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

El primer componente a analizar es el de Ética y Gobierno Corporativo, a continuación se presenta una tabla donde se determinan valores asignados dentro de un grado de Responsabilidad Social Empresarial para evaluar el desempeño de la empresa.

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

Gráfico #5: Ética y Gobierno Corporativo DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



Elaborado por: Autor

Los resultados del gráfico #5 sobre Ética y Gobierno Corporativo en general arrojan datos muy positivos y alentadores. Podemos deducir que la

compañía está aplicando y tiene elaborado un código de ética, tiene definido claramente los valores que guían el accionar de sus colaboradores y cuenta con una misión y visión clara de la unidad de negocio de DURAGAS S.A.

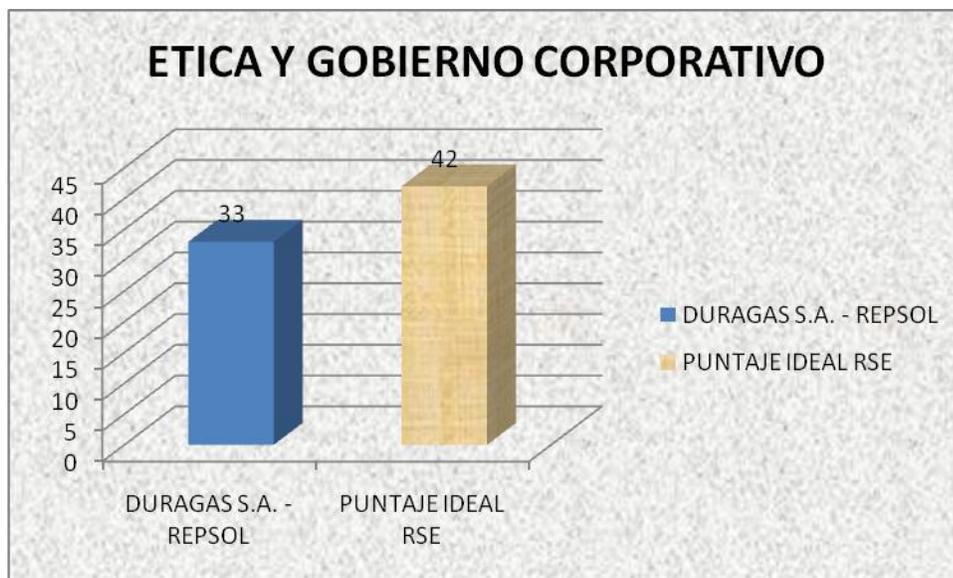
Los informes contables son muy transparentes, se lleva al día las obligaciones con entidades de control, los libros contables cuentan con apoyo adicional de auditores externos que verifican la calidad de los mismos. La única recomendación para llegar al modelo óptimo es un poco la difusión para todos los miembros de la empresa.

El subcomponente de relaciones leales con la competencia habría que trabajar un poco más en cuanto a establecer o comunicar las formas en que se debería relacionar con la competencia y participar en asociaciones u organización de interés común.

DURAGAS S.A. periódicamente cuenta con reportes de sustentabilidad donde integran aspectos sociales, económicos y ambientales los cuales son difundidos por varios medios lo cual le da una calificación máxima con un desempeño excelente a este componente de RSE.

En términos generales éste componente tiene una calificación de 33 puntos sobre 42 que es su máximo, lo que da como resultado un desempeño excelente.

Gráfico #5.1: Ética y Gobierno Corporativo DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

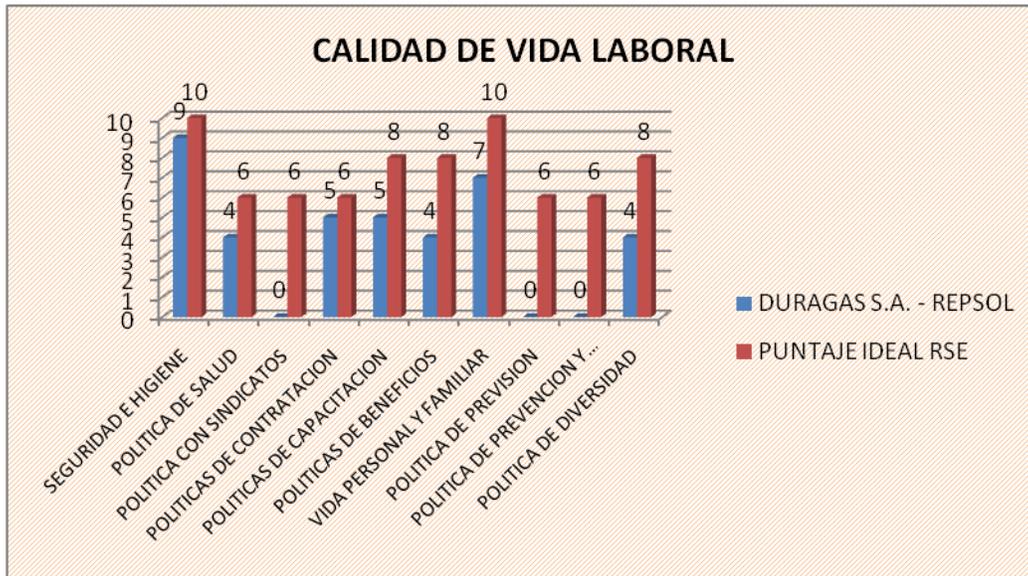


Elaborado por: Autor

3.1.2 Componente CALIDAD DE VIDA Y LABORAL

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

Gráfico # 6: Calidad de vida laboral DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



Elaborado por: Autor

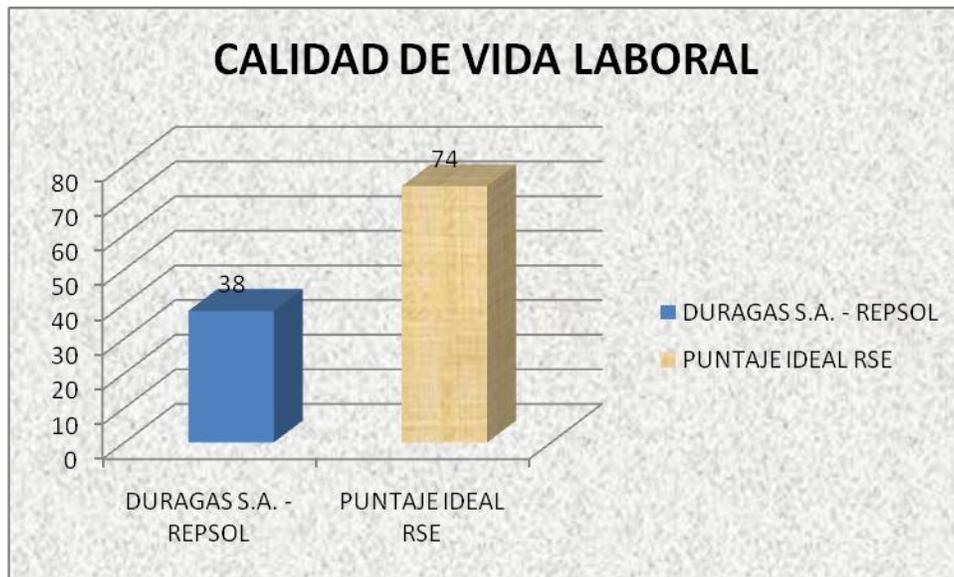
Los subcomponentes que más se apegan al modelo óptimo son los de seguridad e higiene y políticas de contratación. La empresa realiza análisis periódicos de riesgos en puestos de trabajo y estudios cuantitativos de riesgos en las instalaciones, de igual manera se realizan charlas informativas sobre los riesgos y capacitaciones por parte del área SMAC (Seguridad Medio Ambiente y Control). Un punto muy importante y vale destacar que en la empresa se preocupan por establecer sistemas de reinserción a los trabajadores accidentados, se los capacita mediante un programa llamado STOP.

Las políticas de contratación son transparentes y diseñadas bajo criterios objetivos e igualitarios y son conocidas por todos los miembros de la empresa

Como nos podemos dar cuenta DURAGAS S.A. no cuenta con políticas de sindicatos u organizaciones de trabajadores, no tiene políticas de previsión ni de prevención y sanción de acoso sexual; más adelante en este trabajo se desarrollará un plan de implantación de recomendaciones donde se ahondará más estos puntos.

Basados en el modelo óptimo de RSE, el componente de calidad de vida laboral tiene una calificación de regular con 38 puntos de 74, lo que significa un 51,35%; se necesitan hacer varias incorporaciones sobretodo en los subcomponentes de políticas de previsión y prevención y sanción del acoso para mejorar en este aspecto.

Gráfico # 6.1: Calidad de vida laboral DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

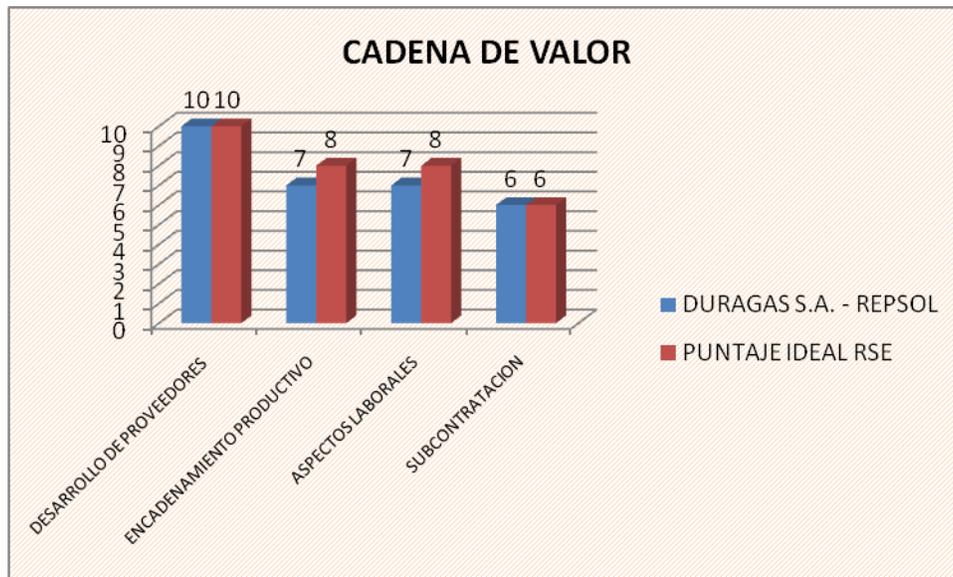


Elaborado por: Autor

3.1.3 Componente CADENA DE VALOR (Proveedores)

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

Gráfico #7: Cadena de valor DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



Elaborado por: Autor

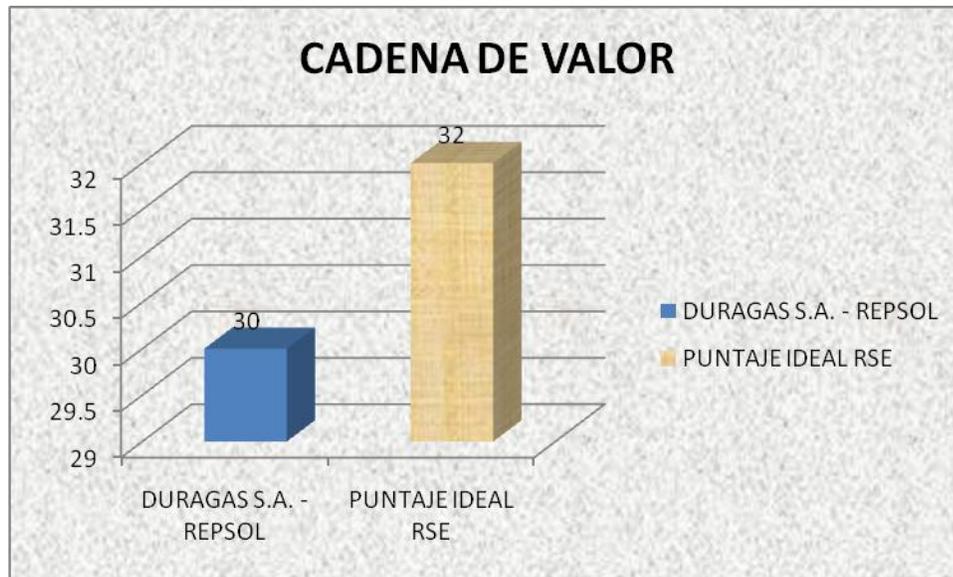
La empresa DURAGAS S.A. tiene una calificación excelente en este componente, lo que demuestra la importancia que le da al manejo de sus proveedores y lo bien estructurada que está el área responsable; llevan en orden todos sus procedimientos, establecen y exigen a los proveedores todas las orientaciones, que se basan en el cumplimiento de la legislación del país. Los concursos para licitaciones son totalmente transparentes y conocidos por los trabajadores.

El encadenamiento productivo es muy importante, la empresa pertenece a asociaciones y agrupaciones empresariales como ASOGAS y la Cámara de Comercio.

Los aspectos laborales son muy importantes para DURAGAS y se preocupa por investigar que sus proveedores cumplan con ciertas normas laborales y sobretodo, cumplan con los derechos humanos, no tratan con proveedores que utilizan mano de obra infantil, ni con aquellos que manifiestan formas de discriminación con sus trabajadores. Este es un punto muy importante en el ámbito social ya que se preocupa por respetar y hacer respetar los derechos humanos.

Este componente tiene un desempeño excelente con 30 puntos de los 32 posibles, lo que representa un 93,75% de cumplimiento en el modelo óptimo de RSE.

Gráfico #7.1: Cadena de valor DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

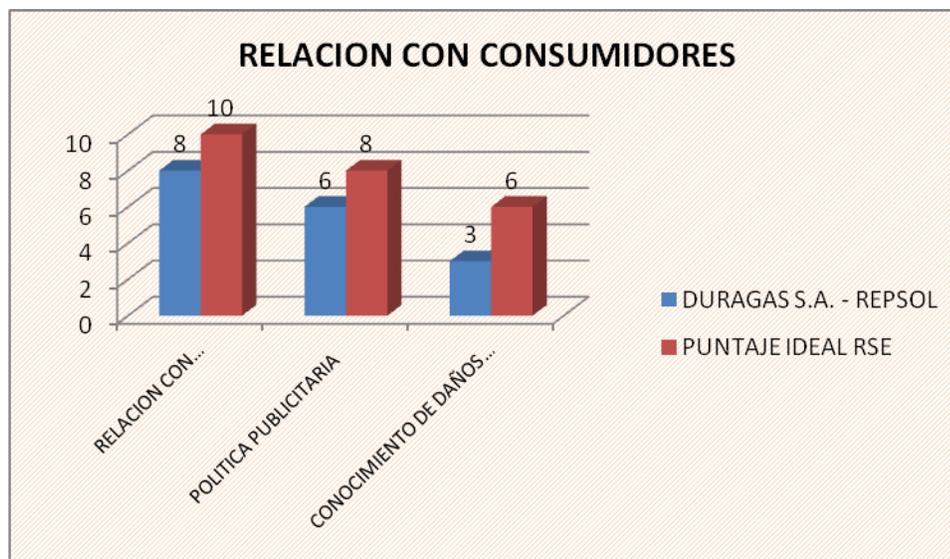


Elaborado por: Autor

3.1.4 Componente RELACIÓN CON CONSUMIDORES (Marketing Responsable - Consumo Responsable).

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

Gráfico #8: Relación con consumidores DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



Elaborado por: Autor

Como debe ser en toda empresa, los consumidores son lo más importante para DURAGAS por lo que se esmera por dar el mejor trato y privilegios; creando canales de comunicación óptimos para receptor sus peticiones y sugerencias. DURAGAS S.A. cuenta con un sistema de Call Center para atender requerimientos de sus clientes a toda hora. Además los sistemas de atención a los consumidores son difundidos a través de todos los canales de comunicación externa con que cuenta la empresa, de ésta manera todo consumidor conoce los mecanismos para acceder a ella.

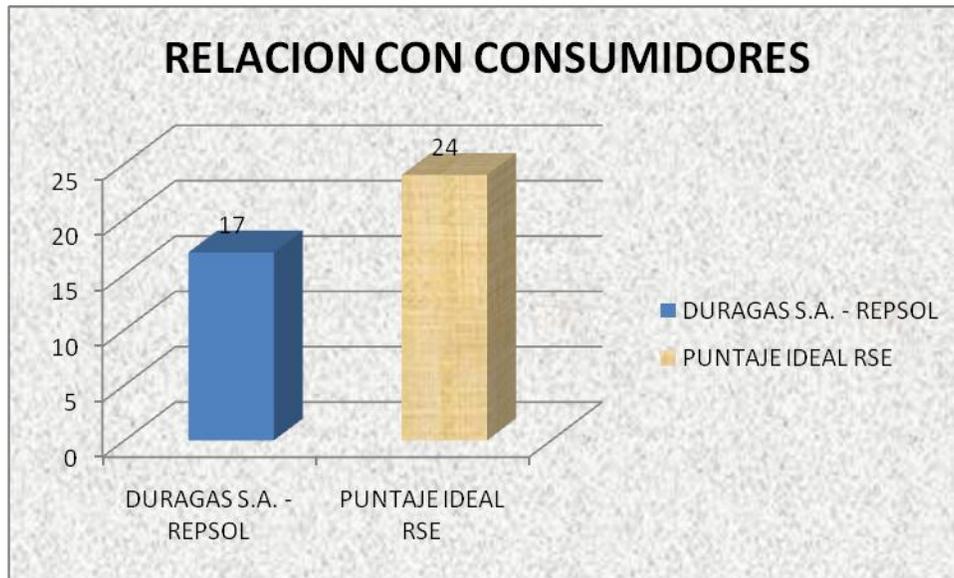
En cuanto a la publicidad, en la empresa existen orientaciones éticas y políticas que contemplan un código y procedimientos para elaborar la publicidad.

La empresa no destina muchos recursos a la investigación de posibles efectos a largo plazo que pueden provocar sus actividades de envasado y comercialización de GLP y por ende no realiza un seguimiento de los efectos que provoca.

A pesar de lo último mencionado, el desempeño que tiene la empresa en este componente de RSE es de calificación buena con 17 puntos de 24 que es el puntaje máximo. Más adelante en las recomendaciones indicaremos las acciones que pueden incorporar en su gestión de relación con los

consumidores para apegarse aún más al puntaje ideal y al modelo óptimo de una empresa socialmente responsable.

Gráfico #8.1: Relación con consumidores DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

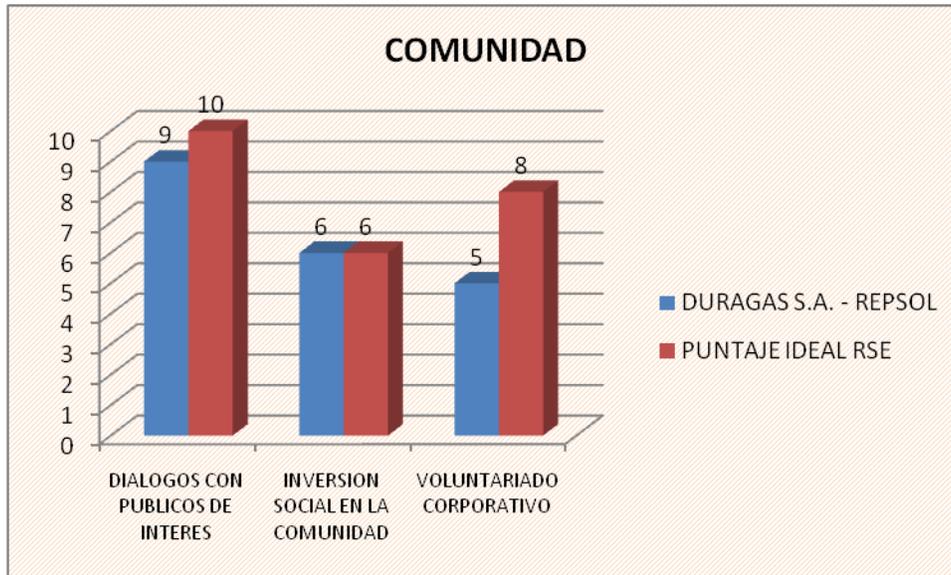


Elaborado por: Autor

3.1.5 Componente COMUNIDAD

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

Gráfico #9: Comunidad DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



Elaborado por: Autor

Nuevamente nos encontramos con un componente muy apegado al modelo óptimo de una empresa que incorpora la RSE a su sistema de gestión. La empresa ha identificado su público de interés (clientes, proveedores, comunidad, etc...) y ha elaborado políticas de relacionamiento para cada uno.

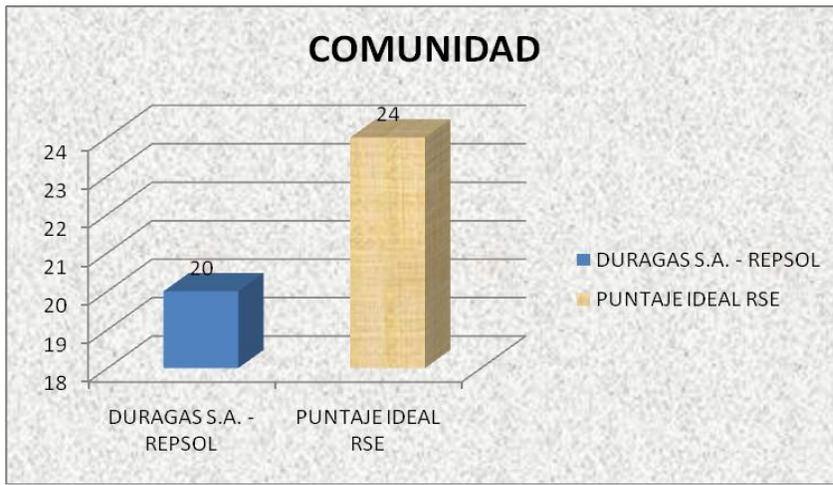
Además dispone de proyectos de apoyo a iniciativas de las comunidades aledañas, lo que demuestra que los canales de comunicación son abiertos y de fácil acceso.

También se tiene distintos proyectos de apoyo en educación y campañas medioambientales; estas iniciativas son evaluadas luego de haber sido implementadas en la comunidad (indicadores de gestión).

Los colaboradores de la empresa se han involucrado con la comunidad participando en actividades conjuntas tales como mingas de limpieza, capacitaciones educativas y actividades de integración.

Este componente tiene una calificación de 20 puntos lo que genera un desempeño excelente, aun hay temas importantes que se podrían incorporar y serán indicados en las recomendaciones más adelante.

Gráfico #9.1: Comunidad DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

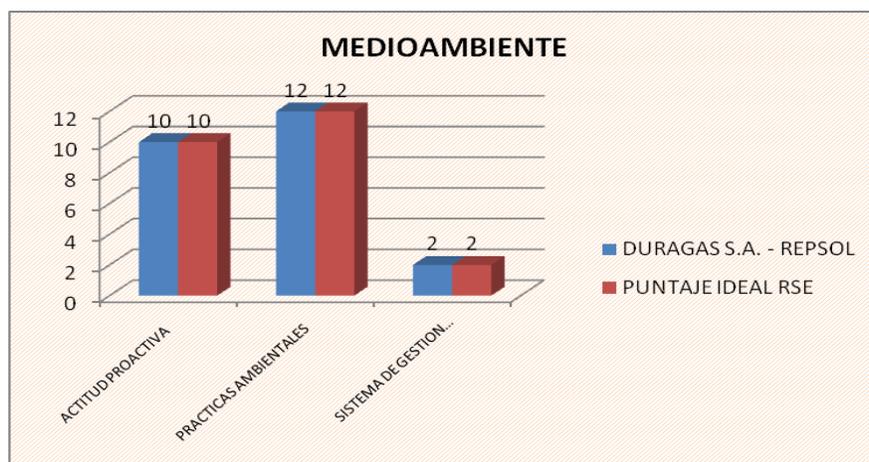


Elaborado por: Autor

3.1.6 Componente MEDIOAMBIENTE

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

Gráfico #10: Medioambiente DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE



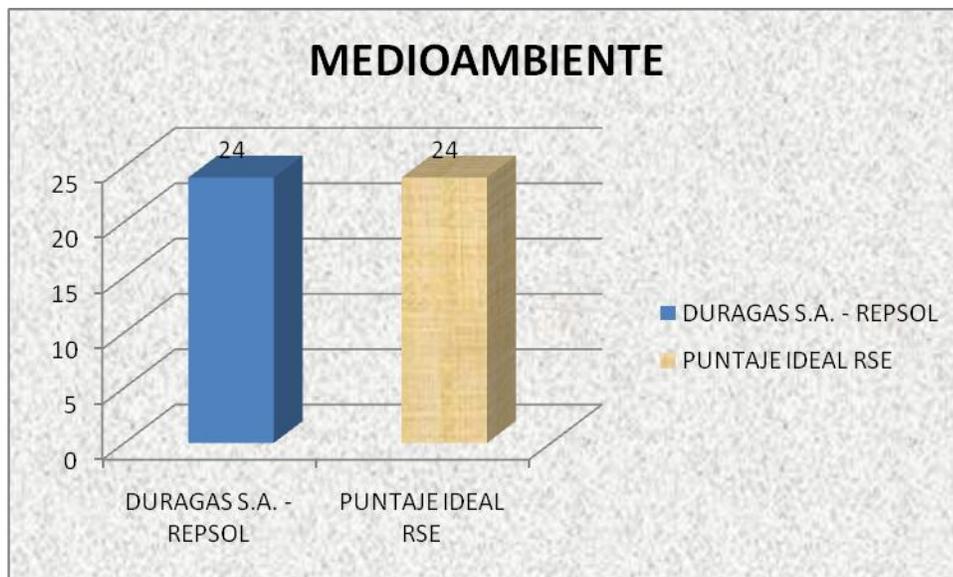
Elaborado por: Autor

La empresa DURAGAS S.A. tiene prácticas muy inclinadas a la conservación y respeto del medioambiente, por lo que en sus sistema de gestión incorpora las mejores actitudes proactivas frente a las exigencias medioambientales. Cuenta con una política integrada de seguridad, salud y medioambiente; accionan muy apegados a la legislación ecuatoriana para lo cual realizan evaluaciones de cumplimiento legal y auditorías. Cuentan con una certificación ISO14001 lo cual le da un plus a su sistema de gestión productiva.

La empresa se preocupa por ayudar y mantener su entorno limpio, implementan formas de ahorro energético, cuentan con medidas para disminuir y utilizar eficientemente el consumo del agua (campañas de ahorro de agua y procedimiento de control de recursos ambientales). Cuentan con procedimientos de gestión y control de desechos.

Este componente tiene un desempeño totalmente excelente alcanzando el máximo puntaje del modelo óptimo de RSE con 24 puntos, cumpliendo al 100%.

Gráfico #10.1: Comunidad DURAGAS vs. Modelo Óptimo RSE

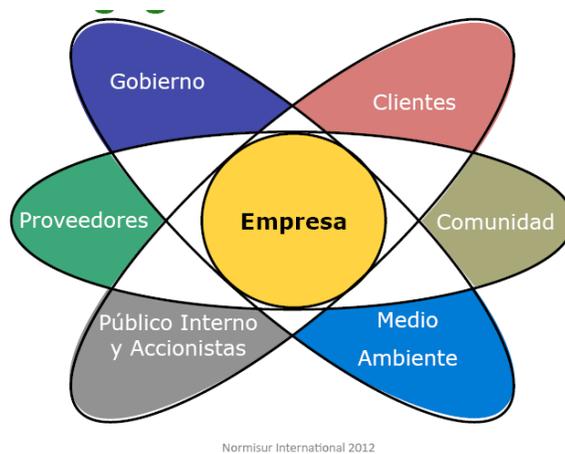


Elaborado por: Autor

3.2 Mapeo de Stakeholders de Duragas y su relación de interés vs poder.

El mapeo de stakeholders sirve para medir el índice de influencia o importancia de cada tercer interesado. El analizar y priorizar a los stakeholders es una de las bases para ejecutar un buen plan de RSE, por lo tanto todas las empresas deben tener establecido e identificados sus grupos de interés señalados en el siguiente gráfico. En general el gráfico señalado a continuación representa los grupos de interés que todas las empresas tienen.

Gráfico # 11: Mapeo de Stakeholders



Partiendo de este gráfico se desarrollará la cadena de valor de DURAGAS y se señalará los distintos stakeholders que son importantes para la empresa. La cadena de valor para DURAGAS cuenta con las siguientes partes:



Dentro de cada grupo de valor existen varios stakeholders que se consideran importantes y son tomados en cuenta:

1. Aprovechamiento de GLP
 - a. Ministerio de Energía
 - b. EP Petroecuador
 - c. Personal de logística
 - d. Choferes
 - e. Usuarios de vías
 - f. Comunidades (junto a las vías)
 - g. Autoridades que regulan el transporte

2. Operación de plantas
 - a. Operadores de plantas
 - b. Seguridad
 - c. Choferes (propios y contratados)
 - d. Comunidades aledañas a operaciones
 - e. Autoridades que regulan uso de espacio publico, medio ambiente, INEN

3. Comercialización de GLP
 - a. Operadores logísticos
 - b. Distribuidores
 - c. Sub-distribuidores
 - d. Comunidades aledañas a bodegas
 - e. Autoridades que regulan uso de espacio público
 - f. Consumidor final
 - g. Personal de Call Center
 - h. Medios de pago
 - i. Administradores de urbanizaciones y centros comerciales
 - j. Instaladores

4. Suministro de GLP
 - a. Call Center
 - b. Chofer (plantilla propia)
 - c. Operadores de planta
 - d. OLC
 - e. Consumidor final.

3.3 Análisis de producción de GLP en Ecuador: actualidad y perspectivas.

El entorno económico en Ecuador se muestra incierto debido a la actual recesión del mercado productivo, y por políticas gubernamentales que no han promovido a la inversión extranjera y el consumo interno.

El crecimiento del envasado, depende proporcionalmente del crecimiento poblacional, los datos preliminares del censo efectuado en el 2010, estiman que no difieren del censo realizado 10 años atrás, esta cuota de crecimiento es del **1,42%**.



Aproximadamente el 2% del envasado es industrial, este crecimiento depende del resultado del crecimiento poblacional y de la economía ecuatoriana, los datos proporcionados por el Gobierno manifiestan lo siguiente:

Entorno Económico	2008	2009	2010	2011	2012
Crecimiento Poblacional	0,94%	1,5%	1,47%	1,44%	1,42%
Crecimiento del PIB	6,5%	0,9%	3,7%	3,6%	3,5%

Resaltamos estos dos indicadores, debido a la relación proporcional que tienen con el aumento de los Segmentos envasado, según cifras presentadas por el estado ecuatoriano, estas cifras se mantienen en su estimación.

En el 2012 el mercado de envasado se mantendrá en relación al 2011, esto debido a la contención de los cupos en el segmento doméstico, desde el 2013 en adelante el mercado envasado crecerá proporcionalmente al incremento poblacional (se estima 1,42%), puesto que en este negocio el consumo doméstico representa el 98% de la venta, y este mercado solo se afectaría por la migración al negocio de granel y canalizado la cual se estima un 0,3% anual.

Los competidores en envasado son aproximadamente 6; las dos multinacionales Repsol y AGIP tienen aproximadamente el 74% del total de ventas del mercado, el resto del mercado es abastecido por competidores nacionales, teniendo cobertura únicamente en sus localidades (Austrogas, Kingas, Lojagas, entre otras). Es importante destacar que en los dos últimos años ha ingresado el Estado a comercializar GLP.

Puesto que existen muchas barreras de entradas, consideramos que en los próximos cinco años no ingresarán nuevos competidores debido a las actuales condiciones del sector.

El gobierno regula los precios, en el mercado envasado existe subsidio en el precio del GLP de uso doméstico, en el consumo comercial e industrial el precio es libre.

Dentro del mercado envasado, el segmento doméstico representa el 98%, alrededor de 899 KT; este segmento es controlado por el estado, asignando cupos a cada comercializadora, teóricamente los cupos se asignan de acuerdo a una ecuación que depende del parque de cilindros y de la venta de los últimos 3 meses, cada uno de estos factores multiplicados por un peso.

Se estima que el gobierno seguirá gradualmente con la eliminación de los subsidios, desde ya existen estudios de Focalización, es importante mencionar que si esto procede, la distribución del consumo de GLP en el Ecuador cambiaría; sin embargo, debido a que el GLP es un producto sensible al precio, ninguno de los gobiernos anteriores ha tomado esta de decisión.

En el 2012 el mercado de granel se estima que decrecerá en un 4% en relación al 2011, puesto que a partir del segundo semestre del 2011,

Graiman, el cliente de mayor consumo del mercado de granel migraría a Gas Natural en un 90% de su consumo de GLP. Sin embargo, a pesar del poco crecimiento de la economía del país, pensamos que el mercado de granel seguirá creciendo a partir del 2013 a una tasa anual del 5%, por la migración proveniente del mercado de GLP envasado doméstico, más que la tasa estimada anual de 3,5% de crecimiento del PIB para el 2013. (Fuente: Banco Central del Ecuador).

Actualmente, existen pocos competidores en el mercado de granel, 6 competidores; las dos multinacionales Repsol, y AGIP tienen el 70% del total de ventas del mercado, el resto del mercado es abastecido por competidores nacionales. Consideramos que en los próximos tres años no ingresarán nuevos competidores en el mercado dadas las invariables condiciones tarifarias otorgadas por el Gobierno a las comercializadoras desde el año 2002, además de la permanencia de los subsidios en los segmentos de mercado: doméstico, vehicular y secado de granos.

Los precios del GLP son regulados por el Gobierno, sin embargo se aplican subsidios en los precios diferenciados para los segmentos doméstico, vehicular y secado de granos.

El Gobierno parece que apunta a la eliminación gradual de subsidios, lo cual se ha reflejado en la resolución de los permisos para proyectos de Canalizado Doméstico, muchos de los cuales han sido expedidos con Precio "INDUSTRIAL", no subsidiado, generando inconformidad en los usuarios finales; muchos de los cuales han retornado al servicio de GLP Envasado.

Importaciones de GLP			
<i>Entre enero y junio</i>			
Año	Volumen (millones de barriles)	Precio por barril (USD)	Monto de importación (USD millones)
2007	4,88	58,80	286,89
2008	4,60	80,70	371,07
2009	4,56	39,87	181,99
2010	4,58	54,90	251,59
2011	4,75	74,46	353,79

Fuente: Petroecuador; EL COMERCIO

3.4 Análisis del mercado de producción de GLP en Ecuador.

De acuerdo con la información provista por el Banco Central del Ecuador en 2010, la producción nacional de GLP se realiza desde la Refinería Estatal de Esmeraldas y en el Complejo Industrial de Shushufindi, centros en los cuales se produce un promedio mensual de 215,000 Bls/me mientras tanto que la demanda interna de este producto alcanza la cifra aproximada de 580,000 Bls/mes, déficit que es cubierto con producto importado, comercializado a través del terminal gasero de El Salitral- Guayaquil.

La comercialización del GLP en el país se realiza fundamentalmente en base de la producción interna e importación de este combustible, producción que es realizada por Petroecuador a través de los complejos industriales antes indicados, desde los cuales, a través de poliducto y una flota de auto tanques, respectivamente, se despacha al granel hacia las plantas de almacenamiento y envasado que se encuentran ubicadas en diferentes zonas del país.

Las plantas de almacenamiento y envasado de GLP que operan en el Ecuador, pertenecen a diferentes empresas públicas y privadas, como son: Petrocomercial (5), Duragas (4), Agipgas (4), Congas (2), Austrogas (1), Lojagas (1)~ Mendogas (1), las empresas antes mencionadas poseen a su vez, centros logísticos de distribución a fin de atender a sus distribuidores y éstos a su vez directamente al público consumidor, centros que no operan en forma independiente, sino que están ligadas contractualmente con las comercializadoras de GLP, las mismas que, así mismo, están obligadas a cumplir y hacer cumplir con lo dispuesto en los Reglamentos y Normas existentes. (AustroGas)

De esta manera, el consumo de GLP en el Ecuador se compone de 8'600,000 barriles de demanda anual nacional, la producción de sus refinerías está cerca de 2'100,000 barriles y se importan por sobre los 6'500,000 barriles, para uso doméstico, industrial y comercial.

Fuente: Página web – Banco Central del Ecuador 2010



3.5 Análisis de distribución GLP internacional

El GLP es una excelente fuente de energía debido a su origen, beneficios, aplicaciones y su industria. Con su disponibilidad global inmediata, beneficios medioambientales, su origen natural como producto, flexibilidad en su transporte y aplicación diversa, el GLP juega un rol primordial en la transición hacia un modelo de energía más seguro, sustentable y competitivo.

El GLP es un producto que proviene de la extracción natural de gas (60%) y el refinamiento de petróleos crudos (40%). Es primordialmente una combinación de moléculas de propano y butano. En el pasado, el GLP era destruido a través de la quema de gas no deseado, lo cual desperdiciaba el potencial de esta excelente fuente de energía. A temperatura normal, el GLP es un gas. Cuando se lo somete a una presión moderada o enfriamiento se transforma en un líquido que es fácil de transportar y guardar.

3.5.1 SUS APLICACIONES

- Agricultura
- Automotriz
- Recreacional – [ej. Parrilladas, globos, acampar, etc.)
- Cocina
- Calentamiento
- Generación de poder



Hay más de 1000 aplicaciones para el GLP. Es también utilizado a nivel mundial como una alternativa al combustible para automóviles. Cientos de millones de personas actualmente usan el GLP y dependen de sus miles de aplicaciones tanto en negocios comerciales, en industrias, transportes, agricultura, generación de poder, cocinas, calentadores y para motivos recreacionales.

El GLP es usado en los hogares como un gas para cocinar, como fuente de combustible para calentar el agua y el lugar en general. Es por eso que el GLP provee un abastecimiento confiable y multiuso de energía, convirtiéndolo muy popular en hoteles y restaurantes.

En el sector agrícola es utilizado para la disecación termal, secado de cultivos, combustible para sus vehículos y repelente de insectos. Como una fuente moderna y ambientalmente amigable, el GLP puede jugar un rol integral en el continuo desarrollo de la agricultura.

En el sector automotriz, el GLP es también una de las alternativas preferidas de combustible. El autogas es la alternativa más aceptada hoy en día con más de 13 millones de vehículos operando con el mismo a nivel mundial. Su valor agregado como combustible alternativo es que genera menos emisiones que otros combustibles, contribuyendo a la protección del medio

ambiente y de la salud humana.

Su flexibilidad y características ambientalmente amigables lo convierten en un combustible ideal para aplicaciones recreacionales, tanto en la tierra como en el agua. Desde asistir a gente mientras está acampando y prendiendo una parrilla hasta brindando la energía para mover botes o gigantescos globos de aire caliente.

3.5.2 PERSPECTIVA MUNDIAL, USO Y OFERTA DE GLP

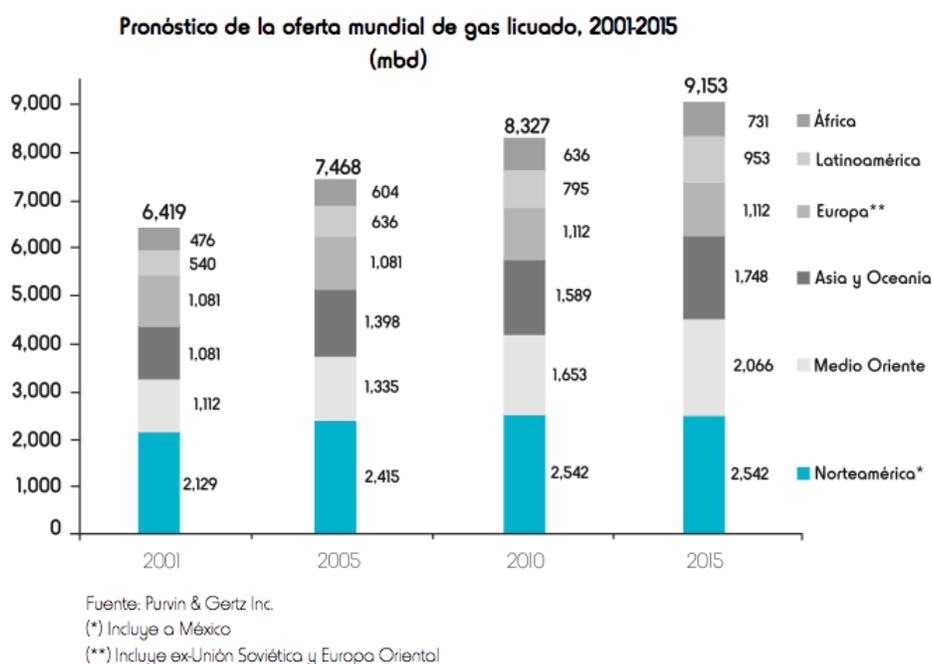
Es importante destacar como un hito para esta industria que el 30 de septiembre de 2010 se inauguró en Madrid el Congreso Mundial del GLP que fue desarrollado alrededor de la idea que el gas licuado o GLP liderará la sostenibilidad de los combustibles presentándose como una de las principales energías alternativas en la era de los combustibles sostenibles y respetuosos con el medioambiente.

Las previsiones apuntan a una demanda que será creciente a nivel mundial en las siguientes décadas, previsiones que despiertan el interés debido a que esta es una energía versátil, eficiente, disponible en todo momento, accesible y respetuosa con el medio ambiente y la salud humana.

La producción de GLP en Latinoamérica observará un aumento neto de 413 mbd, al pasar de 540 mbd en el 2001 a 953 mbd estimadas para el 2015, lo que representará una tmca de 4.1%. Entre 2001 y 2015, la oferta de gas licuado en Europa se incrementará a una tmca de 0.2%, al pasar de 1,081 mbd en el primer año a 1,112 mbd al final del período.

La participación relativa de Asia y Oceanía en la oferta mundial será de 19% en el 2015. Se estima que la producción alcance 1,748 mbd en este mismo año, aumentando a una tasa promedio de 3.5% anual de 2001 a 2015. Con sus excedentes estimados en 1,335 mbd en el 2015, Medio Oriente continuará abasteciendo a los mercados mundiales de GLP. La oferta de la zona crecerá a una tmca de 4.5% entre 2001 y 2015, para situarse en este último año en 2,066 mbd. Se espera que África aumente su producción de gas licuado de 476 mbd en 2001 a 731 mbd en 2015, lo que representará una tmca de 3.1 por ciento en este período.

Gráfico # 12: Pronóstico Oferta Mundial GLP 2001-2015



De acuerdo a las previsiones del mercado de GLP:

- Latinoamérica podría alcanzar un excedente de 4,5 MMton, y América del Sur de 7,7 MMton.
- La oferta (7 % a.a.) crecería más rápidamente que la demanda regional (1,9 %a.a.)
- Un factor decisivo para este nivel de oferta es el aporte de Venezuela (5 MMton).
- Igualmente Latinoamérica reduciría su déficit por los demás pronósticos de oferta y SA aumentaría su calidad de exportador en la región.

FUENTE: Purvin & Gertz Inc. – Río de Janeiro 2007

3.6 Régimen legal para comercialización y distribución de GLP por el Estado Ecuatoriano a Duragas.

En base a los artículos 13 y 15 del Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo, el Estado ecuatoriano califico la solicitud presentada por DURAGAS S.A. para comercializar GLP, mediante Resolución Ministerial de Calificación No. 356 firmada por el Ministro de Recursos Naturales No Renovables, Wilson Pastor M. (Anexos 8.1)


GOBIERNO NACIONAL
Ecuador


ARCH

Oficio N° 625-ARCH-DCTD-CG-2012

Quito DM, a 9 de mayo de 2012

Ingeniero
Lorenzo Palazzetti Grech
GERENTE GENERAL DURAGAS S.A.
Vía a la Costa Km. 7 1/2
Guayaquil-

Trámite SAD: 15096, 19899, 20366, 20367, 26818 - 2010; SGC: 1045, 5496; SAD: 13184, 14943 - 2011; SGC: 1520, 6869 - 2012

Asunto: Calificación de la solicitud de la compañía DURAGAS S.A. para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo.

De mi consideración:

Comunico a usted que el Ministerio de Recursos Naturales No Renovables en cumplimiento de sus facultades establecidas por el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, el artículo 9 de la Ley de Hidrocarburos, el artículo 13 del Decreto Ejecutivo N° 2282, publicado en el Registro Oficial N° 508 de 4 de febrero de 2002 y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, ha emitido la Resolución Ministerial que adjunto, con la cual se procede a Calificar la solicitud de la compañía "DURAGAS S.A.", para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo.

Para la obtención de la Autorización del ejercicio de las actividades de comercialización de Gas Licuado de Petróleo, DURAGAS S.A. debe presentar la correspondiente solicitud dirigida al Señor Ministro de Recursos Naturales No Renovables, referenciando las comunicaciones con las cuales dio cumplimiento con los requisitos establecidos en el artículo 14 del Decreto Ejecutivo N° 2282, así como con la presentación de la papetela de depósito por concepto de "autorización de operación de comercializadoras de GLP", de conformidad con lo establecido en el ítem 42 del Acuerdo Ministerial N° 042, publicado en el Registro Oficial N° 291 de 14 de junio de 2006.

Particular que ~~no~~ ~~se~~ ~~usó~~ para los fines jurídicos pertinentes.

Atentamente


Ing. Francisco Palo B.
DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL HIDROCARBURÍFERO


AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL HIDROCARBURÍFERO

Anexo: Resolución Ministerial de Calificación

C.C.: GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN - E.P. PETROECUADOR.
C.C.: COORDINACIÓN GENERAL JURÍDICA - MINISTERIO DE RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES.


RECTORADO
RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES
15 MAY 2012

Calle Ecuador s/n entre Mercado Caltambo y Loja (Quimasa, Sector La Amarga - Caltambo - Pichincha, PBN (593-2) 5996 599
Nuestro Recurso para el buen vivir

Página 1 de 1



No. 356

EL MINISTRO DE RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES,

CONSIDERANDO:

- QUE** con Decreto Ejecutivo No. 2282 publicado en el Registro Oficial No. 508 de 04 de febrero de 2002, se expidió el Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo, cuyos artículos 11, 12 y 13, establecen los requisitos legales y técnicos así como el procedimiento administrativo para calificar a una compañía comercializadora de gas licuado de petróleo;
- QUE** mediante Acuerdo Ministerial No. 042 publicado en el Registro Oficial No. 291 de 14 de junio del 2006, el Ministro de Energía y Minas, (hoy de Recursos Naturales No Renovables), fijó los valores de los derechos por los servicios de regulación y control de la actividad hidrocarburífera que presta la Dirección Nacional de Hidrocarburos (hoy Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero), en el segmento de derivados de hidrocarburos incluyendo gas licuado de petróleo, cuyo numeral 38 determina que por calificación de comercializadoras de GLP, cancelarán el valor de USD. \$10.000.
- QUE** con comunicaciones Nos. DURAGAS-2010-06-GG-022, DURAGAS-GOP-195, DURAGAS-GG-031, DURAGAS-GG-046, DURAGAS-GG-027, DURAGAS-GG-047 y s/n, de 10 de junio, 12 y 20 de agosto y 19 de noviembre de 2010, 5 de julio y 21 de septiembre de 2011, y 27 de enero de 2012, respectivamente, la compañía DURAGAS S.A., solicitó a esta Cartera de Estado, la calificación de la solicitud para comercializar Gas Licuado de Petróleo, para lo cual adjuntó la documentación pertinente y el pago del derecho respectivo;
- QUE** mediante memorandos Nos. 111 y 177-ARCH-DCTD-CG-2012 de 26 de enero y 9 de febrero de 2012, la Coordinación del Proceso de Control Técnico y Fiscalización de Comercialización de GLP y Gas Natural (al detal) y memorando No. 009-ARCH-DJ-ALE-2012 de 14 de febrero de 2012, la Dirección Jurídica, Trámite de Infracciones y Coactivas de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, emiten informe favorable sobre el proyecto de Resolución que calificaría la solicitud de la compañía DURAGAS S.A., para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo, al cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 11 y 67 del Decreto Ejecutivo No. 2282 y Acuerdo Ministerial No. 042;
- QUE** con memorando No. 311-ARCH-DCTD-CG-2012 de 22 de febrero de 2012, el Director de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, acogió los memorandos Nos. 111, 177-ARCH-DCTD-CG-2012 de 26 de enero y 9 de febrero de 2012 y 009-ARCH-DJ-ALE-2012 de 14 de febrero de 2012, recomendando al señor Ministro de Recursos Naturales No Renovables calificar la solicitud de la compañía DURAGAS S.A. para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo;
- QUE** mediante memorando No. 126-COGEJ-C-ALE-H-2012 de 10 de abril de 2012 la Coordinación General Jurídica, emitió informe favorable para calificar a la Compañía DURAGAS S.A., para el ejercicio de las actividades de comercialización; y



EN EJERCICIO, de la facultad conferida por el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, los artículos 13 y 15 del Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo,

RESUELVE:

- Art. 1.- CALIFICAR**, la solicitud presentada por la compañía DURAGAS S.A., para comercializar Gas Licuado de Petróleo.
- Art. 2.-** Los documentos referidos en el artículo 14 del Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo se encuentran presentados y estos se tomarán en cuenta al momento de emitir el Acuerdo de autorización del ejercicio de actividades de comercialización de gas licuado de petróleo.
- Art. 3.-** Notifíquese la presente Resolución a la compañía DURAGAS S.A., a la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero y a la Gerencia de Comercialización de EP PETROECUADOR.
- Art. 4.-** La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su suscripción.

COMUNIQUESE.-

DADO, en Quito, Distrito Metropolitano, a 11 MAYO 2012



Wilson Pastor M.
MINISTRO
RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES

3.7 Seguridad industrial en compañías que manejan químicos e hidrocarburos.

La seguridad industrial debe tener presente criterios de seguridad, salud y medio ambiente en sus estrategias, en todas sus actividades y durante todo el ciclo de vida de las mismas, con el propósito de prevenir daños en las personas, en los bienes y minimizar los impactos sobre el entorno y los efectos en el cambio climático, respetando la biodiversidad y a las comunidades locales, y realizando las tareas necesarias para el control de las actividades.

La seguridad industrial es un tema importantísimo en este tipo de empresas por lo cual el estado interviene implementando códigos, normas o especificaciones adicionales a las que pueden tener internamente cada compañía. Entre éstas tenemos:

- Acuerdo Ministerial (AM) 116, Registro Oficial (RO) 313 de 8 de Mayo de 1998.
- Acuerdo Ministerial (AM)2393 “Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo”.
- Acuerdo Ministerial (AM)1215 RAOH, “Reglamento Ambiental para las Operaciones Hidrocarburíferas en el Ecuador”.
- TULAS “Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria”. (Decreto No. 3399)
- INEN- 2266 "Transporte, Almacenamiento y Manejo de Productos Químicos Peligrosos. Requisitos”
- INEN- 1536 Prevención de Incendio Requisitos de seguridad en plantas de Almacenamiento y Envasado de Gas Licuado de Petróleo (GLP).
- INEN- RTE 024. Transporte, Almacenamiento, Envasado y Distribución de gas Licuado de Petróleo (GLP) en cilindros y tanques.
- INEN- 1537 “Prevención de Incendio Requisitos de seguridad para operaciones de trasvase de Gas Licuado de Petróleo (GLP)”.

3.7.1 Sistemas y medidas de seguridad generales.

La definición y clasificación de las áreas de riesgos se da con el objetivo de utilizar equipos idóneos en estas áreas y a su vez analizar e identificar los escenarios de emergencia que se pudieran presentar en la planta de almacenamiento y envasado de GLP, teniendo en cuenta los parámetros del proceso, productos y materiales presentes y la exposición a fugas del producto y los riesgos circundantes que pudieran afectar también a otras áreas.

Clasificación de Áreas bajo norma NFPA 59			
Área	Clase	División	Extensión de área clasificada
Tanques Almacenamiento	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las conexiones y en todo el recorrido del flujo de gases de las válvulas de alivio.
Islas de Carga y Descarga	1	1	Dentro de los 1,5 metros de los puntos donde son hechas las conexiones para transferencia.
Bombas GLP	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las conexiones y en todo el local si estan bajo techo.
Compresores de Inertizado	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las conexiones y en todo el local si estan bajo techo.
Compresores de Isla de Carga y Descarga	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las conexiones y en todo el local si estan bajo techo.
Área de envasado (carrusel)	1	1	Dentro de los 1,5 metros de los puntos donde son hechas las conexiones para transferencia.
Inertizado	1	1	Dentro de los 1,5 metros de los puntos donde son hechas las conexiones para transferencia.
Muelle de Envasado	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las direcciones de movimiento.
Área de Paletizado	1	2	Dentro de los 5 metros de todas las direcciones de movimiento.

**CLASE I - DIVISIÓN 1: Comprende los lugares:*

- *En los cuales existan o puedan existir de modo continuo, intermitente o periódico y en condiciones normales de funcionamiento, concentraciones peligrosas de gases o vapores inflamables.*
- *En los cuales puedan existir con frecuencia concentraciones peligrosas de tales gases o vapores, a causa de trabajos de reparación o mantenimiento o en razón de la existencia de escapes.*

- *En los cuales la rotura o el funcionamiento defectuoso de los equipos involucrados en el proceso puedan ocasionar la liberación de concentraciones peligrosas de gases o vapores inflamables y puedan producir al mismo tiempo averías en el sistema eléctrico.*

CLASE I - DIVISIÓN 2: Comprende los lugares:

- *En los cuales se manejen, procesen o usen líquidos volátiles inflamables, normalmente confinados en recipientes o sistemas cerrados, de los cuales no pueden escapar más que en caso de rotura o avería accidental de los recipientes o sistemas, o en caso de funcionamiento anormal de los equipos.*
- *En los cuales una ventilación mecánica positiva impida normalmente la concentración de gases o vapores peligrosos, pero que, por fallas en el funcionamiento de esa ventilación puedan convertirse en peligrosos.*
- *Que estén contiguos a los de Clase 1 División 1 y a los cuales puedan llegar ocasionalmente concentraciones de gases o vapores peligrosos, a menos que tal concentración pueda evitarse por medio de un sistema de ventilación de presión positiva con una fuente de aire limpio y que se hayan provisto de dispositivos adecuados para impedir las fallas de ese sistema. (Redproteger)*

Los equipos que se implementen deben cumplir con normas de fabricación UL, FM, y NFPA, las cuales certifican la garantía y calidad de los mismos, así como de montaje e instalación.

3.8 Plan de implantación de las recomendaciones en Duragas S.A.

Ahora que ya se conocen los componentes y que se ha evaluado en la empresa si se está aplicando el sistema de RSE, se presentarán las recomendaciones en base a las debilidades de cada componente con su respectivo plan de implantación, es decir con las acciones que se deberán llevar a cabo para cumplir con la meta/objetivos propuestos y la forma de evaluar este proceso.

Cabe mencionar que hay componentes que no se incluyen en este plan debido a que sus falencias o “debilidades” no se consideran muy relevantes ya que no influyen considerablemente en el ejercicio de RSE.

A. Componente ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

SUBDIMENSION	DEBILIDADES	METAS (OBJETIVOS)	ACCIONES QUE SE IMPLEMENTARAN EN LA EMPRESA	FORMAS DE EVALUAR DICHAS ACCIONES	FECHAS
Valores y coherencia	No se han difundido los valores entre todos los colaboradores de la empresa.	Difusión de valores a todos los colaboradores a fin de que sean respetados y puestos en práctica.	Campaña de difusión vía charlas semestrales, afiche mensual en cartelera donde se incluirá “el valor del mes a practicar”	Entrevistas aleatorias por RRHH Verificación del gerente del área en la evaluación anual de cada colaborador.	31 Diciembre/2012 30 Junio/2013
Gobierno Corporativo	Funciones del Gobierno Corporativo no definido claramente	Definir claramente roles de accionistas como mayores directivos de la LN GLP	Gerente proponga claros roles y funciones de los accionistas a fin de tener mayor control de la LN GLP	Verificar que en el directorio se formen roles como “abogacía” que medirá el relacionamiento de la empresa con los stakeholders.	Revisar avance FEB/2013

Gobierno Corporativo	No están claras las sanciones en caso de no cumplir o transgredir sus funciones.	Informar claramente las consecuencias y sanciones	Replicar el formato corporativo como el de sanciones por el incumplimiento de sus funciones asignados a la junta directiva.	Monitoreo y cumplimiento de las decisiones de junta directiva de REPSOL matriz.	Enero/2013
	Las funciones de cada cargo y la forma como se organizan NO son conocidas por todos.	Informar a los trabajadores las funciones y cargos respectivos y a su vez difundirlos a los demás.	Campaña de difusión vía charlas.	Entrevistas aleatorias por RRHH Verificación del gerente del área en la evaluación anual de cada colaborador	Noviembre/2012
Transparencia en los informes contables	No se publican los resultados del Balance General para que sean conocidos por todos los miembros	Publicación de extractos de principales resultados en balance general.	Publicar mediante intranet	Entrevistas aleatorias	Febrero/2013

Relaciones leales con la competencia	Falta de conocimiento en forma de relacionarse lealmente con la competencia	Capacitar a los colaboradores que tienen relacionamiento continuo con la competencia para una comunicación eficiente.	Revisar la política de relacionamiento de REPSOL matriz y aplicarla localmente, difundiendo y capacitando a colaboradores.	Entrevistas aleatorias	Octubre/2012
--------------------------------------	---	---	--	------------------------	--------------

B. Componente CALIDAD DE VIDA LABORAL

SUBDIMENSION	DEBILIDADES	METAS (OBJETIVOS)	ACCIONES QUE SE IMPLEMENTARAN EN LA EMPRESA	FORMAS DE EVACUAR DICHAS ACCIONES	FECHAS
Seguridad e higiene	Se usa un Manual Corporativo	Manual específico en Seguridad e higiene en la LN GLP Guayaquil, adaptado a la política de seguridad de la empresa.	Elaborar un Manual de la línea de negocio GLP	Auditorías, entrevistas	Diciembre/12
Políticas de salud	Ciertas áreas no cuentan con ambientes saludables- agradables para trabajar	100% ambientes saludables y agradables para trabajar	Reubicar (si es necesario) o rediseñar puestos específicos de trabajo	Auditorías	Mayo /2013
	Falta de una política que promueva clima	GREAT PLACE TO WORK	Trabajar en base a lineamiento que forma parte de la	Entrevistas Auditoría en función del plan	1ra.Medición: Diciembre/2012

	laboral sano, participativo, transparente y comunicativo		certificación GREAT PLACE TO WORK, liderado por RRHH.	de implantación de la certificación	2da. Medición: 30 Junio/2012
Políticas con Organización de trabajadores	No existe una organización de trabajadores o sindicatos	Tener y apoyar agrupaciones de trabajadores o sindicatos.	Reuniones/talleres Charlas de motivación Necesidades de agrupación	Cuestionarios aleatorios. Registro de asistencia.	Enero/2013
	No hay instancias concretas de diálogo entre organizaciones de trabajadores y la gerencia.	Mesas de diálogos y conversatorios, con temas de interés mutuos y colectivos	Hacer reuniones en conjunto para escuchar opiniones de trabajadores	Entrevistas aleatorias	Enero/2013
	No se difunden acuerdos alcanzados entre las dos partes	Difusión permanente de los acuerdos y alcances entre empleadores y trabajadores	Llevar Registros de actas de convenio luego de las reuniones donde se plantearán los problemas y necesidades de los trabajadores y	Hojas de evaluación. Registro de asistencia.	Marzo/2013

			difundirlo mediante intranet.		
Políticas de contratación	La política de contratación no es conocida por todos los miembros.	Que se conozca por parte de todos la política de contratación	Definición por parte de Gerente RRHH y Difundir la política de promoción y contratación mediante boletines - INTRANET	Entrevistas aleatorias	Octubre/2012
Políticas de capacitación	Política de capacitación no es conocida por todos los miembros.	Que todos los empleados participen y conozcan la política de capacitación	Evaluación del perfil de cada empleado y según sus competencias capacitarlos.	Entrevistas aleatorias. Cuestionarios de satisfacción.	Septiembre/2012
	Las capacitaciones no siempre son en función a las actividades que realizan los trabajadores	Todos los trabajadores tendrán capacitación de acuerdo a sus actividades a realizar	Seminarios, charlas, congresos.	Certificados. Entrevistas	Alcance a Octubre/2012
	Falta de mecanismos para promover y facilitar el acceso a capacitación de	Acceso permanente a las capacitaciones mediante mecanismos	Replicar mecanismos que se usa en REPSOL matriz.	Entrevistas	Octubre/2012

	los trabajadores.	adecuados			
Políticas de beneficios	Política de beneficios no bien estructurada	Estructurar adecuadamente la política de beneficios	Replicar la política de beneficios corporativa que se usa en REPSOL matriz.	Entrevistas a personal de RRHH	Noviembre/2012
	Esta política no es conocida por todos los colaboradores.	Todos los colaboradores participarán de los beneficios que brinda la empresa.	Charlas para difundir los beneficios que da la empresa.	Registro de asistencia. Entrevistas aleatorias.	Septiembre/2012
	Falta de conocimiento de beneficios a familiares cercanos	Que todos los familiares cercanos de los trabajadores gocen de los beneficios del colaborador	Reuniones sociales, casas abiertas para la difusión y participación de los beneficios de los colaboradores hacia familiares cercanos.	Entrevistas a los familiares a través de la trabajadora social.	Septiembre/2012
Conciliación Vida personal y Vida familiar	Falta de estructuración en la política de conciliación de vida personal y familiar	Políticas de bienestar familiar con hogares funcionales y estructurados de los trabajadores.	Estructurar mecanismos de orientación y guía sobre la familia y difundirlos a los trabajadores y familia mediante	Entrevistas aleatorias Registro de asistencia de participantes.	Octubre/2012

			charlas, reuniones grupales y personales.		
	Falta de conocimiento de las prácticas de vida personal y vida familiar por parte de todos los trabajadores	Que todos los trabajadores conozcan, estén informados de las prácticas de conciliación de su vida personal y vida familiar	Talleres, charlas sobre "vida en familia" Flexibilidad en el tiempo de trabajo Diseños flexibles del trabajo.	Entrevistas aleatorias para medir el grado de satisfacción y flexibilidad que recibe por parte de su jefe.	1era. Agosto/2012 2da. Octubre/2012
Política de Previsión	Falta de charlas relacionadas al ahorro voluntario, como una forma de complementar los ingresos recibidos cuando los trabajadores se jubilan.	Concientizar a los colaboradores la importancia de la previsión del ahorro para el buen uso de sus ingresos.	Replicar política de previsión de REPSOL matriz	Revisar personas que se integraron al proceso. Actas de asistencia.	Septiembre/2012
	Falta de iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientados a que	Que todo jubilado termine su proceso concientizado y preparado social, económica y psicológicamente	Apoyo y orientación psicológica pre-jubilación. Orientación de sus recursos a través de trabajadora	Seguimiento y evaluación de satisfacción e insatisfacción.	Agosto/2012

	los trabajadores que se van a jubilar sepan como enfrentar el proceso.		social.		
Políticas de prevención y sanción del acoso	Falta manual de procedimientos para prevenir y sancionar el acoso sexual	Elaborar manual de procedimientos internos para prevenir y sancionar el acoso sexual basados en las leyes del país	Talleres de reflexión sobre la problemática. Información sobre marcos legales y políticos existentes.	Auditoría en función del plan de implantación del manual procedimiento	Octubre/2012
	No hay confidencialidad en el proceso de denunciar algún tipo de acoso.	Formar un comité de ética y salud laboral para tratar los casos de denuncias sobre acoso y establecer sanciones.	Direccionar canales de denuncias para asegurar la confidencialidad del proceso de denuncia	Informes del comité de ética y salud laboral.	Noviembre/2012
Políticas de Diversidad	Falta de mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación	Elaborar y uso de política de diversidad e inclusión.	Socializar los derechos de las personas. Informar sobre los derechos humanos y leyes constitucionales.	Entrevistas aleatorias	Noviembre/2012

	Falta difusión en los mecanismos existentes para prevenir situaciones de discriminación	Que todos los colaboradores de la empresa estén en conocimiento de los mecanismos para prevenir la discriminación.	Establecer un nivel de apertura cultural. Incrementar la diversidad. Respetar y reconocer las diferencias.	Entrevistas personales Medición de satisfacción	Diciembre/2012
	No hay confidencialidad en el proceso.	Formar un comité de ética y salud laboral para tratar los casos de denuncias sobre discriminación	Direccionar canales de denuncias para asegurar la confidencialidad del proceso de denuncia	Informes del comité de ética y salud laboral.	Noviembre/2012

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

SUBDIMENSION	DEBILIDADES	METAS (OBJETIVOS)	ACCIONES QUE SE IMPLEMENTARAN EN LA EMPRESA	FORMAS DE EVACUAR DICHAS ACCIONES	FECHAS
Relación con los Consumidores	No todos los colaboradores están capaces de derivar cuestionamientos de consumidores a las instancias correspondientes.	Capacitar a los colaboradores para que estén aptos para saber reaccionar ante requerimientos de los consumidores y derivarlos a las áreas respectivas	Mayor difusión de las actividades y alcance de respuesta que tiene el CALL CENTER. Presentaciones de responsabilidades de las distintas áreas para conocimientos de todos.	Registro de asistencia a las actividades. Entrevistas aleatorias al personal.	Septiembre/2012
Política publicitaria	Falta de conocimiento de política publicitaria	Lograr que todos los colaboradores tengan conocimiento o al menos sepan donde acceder a la política publicitaria de la compañía.	Difundir la política publicitaria mediante canales de comunicación como la intranet o boletines.	Entrevistas aleatorias Correos como evidencia y comprobación.	Septiembre/2012

	Falta de mecanismos de regulación interna en cuanto a la publicidad	Tener todos los mecanismos claros para la regulación de la publicidad que lleva la compañía	Ajustar los mecanismos corporativos que usa REPSOL matriz a la realidad o leyes del Ecuador para replicarlos.	Reuniones con área de Marketing para que expongan las mejoras.	Octubre/2012
Conocimiento de Daños Potenciales	Falta de recursos para investigación de posibles efectos a largo plazo que tienen sus productos o servicios	Asignar un presupuesto anual para el año 2013 en cuanto a investigación de efectos ambientales	Reuniones entre las gerencias y accionistas para comunicar la acción que se quiere tomar. Ajustar el presupuesto de otros rubros para asignar recursos a la investigación.	Actas de convenio luego de las reuniones gerenciales y accionistas.	Marzo/2013

D. Componente COMUNIDAD

SUBDIMENSION	DEBILIDADES	METAS (OBJETIVOS)	ACCIONES QUE SE IMPLEMENTARAN EN LA EMPRESA	FORMAS DE EVACUAR DICHAS ACCIONES	FECHAS
Diálogos con Públicos de Interés	La política de relación con los distintos stakeholders no es conocida tanto interna como externamente.	Que todos los colaboradores tengan conocimiento o sepan como acceder a la política de relación y puedan informarse.	Difundir masivamente la política de relación mediante intranet o boletines.	Entrevistas aleatorias.	Agosto/2012
Voluntariado Corporativo	No se promueve formas de voluntariado corporativo	Formar un equipo de voluntariado corporativo.	Charlas motivacionales para integrar colaboradores al voluntariado.	Presentación del equipo de voluntarios.	Septiembre/2012
	No se establecen concursos de proyectos de inversión social para realizar voluntariado	Diseñar 3 concursos anuales de proyectos sociales.	Enviar boletines de inscripción al concurso. Buzón de recolección de proyectos	Revisión de inscripciones. Entrevistas con jurado calificador de las propuestas.	Marzo/2013 Julio/2013 Noviembre/2013

			propuestos (vía E-mail). Premiación al ganador y publicación en revista corporativa como reconocimiento.		
--	--	--	---	--	--

3.9 Reporte de sostenibilidad: etapas y cronograma

ACTIVIDADES	R*	meses				
		1	2	3	4	5
1. Preparación de la estrategia general		■				
2. Definición de estructuras y alcance de contenidos						
2.1 Elaboración de propuesta de estructura, contenidos y alcance		■				
2.2 Validación de propuestas de contenidos con grupo de trabajo			■			
3. Recopilación de información						
3.1 Reuniones individuales con encargados de la información			■			
3.2 Preparación de información y respaldo por parte de las áreas responsables			■	■	■	
3.3 Reuniones de avance y soluciones de consultas con áreas responsables			■	■	■	
4. Proceso de licitación de verificación externa						
5. Definición de diseño y diagramación			■			
6. Proceso de licitación y contratación de diseño gráfico			■			
7. Elaboración de borrador del informe			■	■	■	
8. Realización de auditoría interna de la información y datos					■	
9. Verificación externa del informe						
9.1 Envío de borrador a empresa verificadora				■		
9.2 Coordinación y ejecución de reuniones con verificadoras				■	■	
9.3 Proceso de verificación				■	■	■
9.4 Incorporación de cambios y recomendaciones en el proceso					■	
9.5 presentación final de resultados de verificación					■	
10. Borrador final/Validación de gerentes corporativos					■	
11. Envío a GRI para ver nivel de adecuación					■	
12. Diseño – Diagramación						
13. Impresión						■
14. Distribución						■
14.1 Definición de públicos objetivos					■	
14.2 Preparación de carta de envío					■	
14.3 Envío						■

Fuente: (Kowszyk, 2007)
Elaborado por: Autor

R* = Responsable

4 Conclusiones

El nacimiento de la RSE sin duda ha sido muy importante ya que respondió a la necesidad de generar un valor agregado al consumidor, crear buenas prácticas de relacionamiento con su cadena de valor, una concientización ambiental y ha logrado que la visión de los empresarios tome otro rumbo. La RSE hace que el proceso productivo busque un equilibrio económico, social y ambiental, tomando en cuenta los grupos de interés a los que afecte su operación, para que su involucramiento sea beneficioso para sí, como tercer interesado, tanto como para la empresa matriz.

Un modelo de gestión de RSE no se basa en cumplir leyes, reglamentos o normas establecidas por ley; más bien es darle un plus invirtiendo en capital humano, medioambiente, sociedad, entre otros.

“La responsabilidad social es un “estilo de ser” reflejado en las actividades personales y profesionales que las personas tenemos, ello implica que lo llevamos a las instituciones de las que somos parte, sea un trabajo o actividades sociales organizadas y ahí vemos que es una actividad que no cae sola, sino que hay que gestionarla, y para gestionarla hay que darle normas, estructura y medición de resultados. Es así que va tomando forma de responsabilidad social corporativa, desde nuestra actividad individual.”

Chiriboga Ycaza, Jhon.

En cuanto al estudio de RSE en Duragas, podemos concluir que la compañía ha estado aplicando modelos de gestión muy apegados a la responsabilidad social en muchos casos; es muy importante ajustar y aplicar estas prácticas en las áreas donde se encontraron falencias o debilidades para generar mayor valor agregado. Esto crea nuevos compromisos con la sociedad compensando los efectos negativos que puede acarrear su actividad y genera nuevas responsabilidades voluntarias.

Como resultados del proceso de implantación hay que enfocarse en difundir más a los colaboradores las acciones, decisiones, nuevas políticas, beneficios, etc. que se realizan corporativamente; hay que mejorar en la comunicación organizacional.

La empresa mantiene buenas y claras relaciones con sus proveedores y en aminoramiento de su impacto al medioambiente, puntos fuertes de Duragas S.A., reflejados en la evaluación.

Para finalizar, el componente de COMUNIDAD, está muy bien encaminado; falta destinar un poco más de tiempo y recursos para aportar con proyectos, ideas nuevas, formas de ayuda en las comunidades aledañas, lo cual

mejorará una vez que esté integrado un equipo de voluntariado corporativo que trabaje constantemente en acciones para la sociedad.

5 Recomendaciones

En cualquier proceso de reestructuración o mejora se necesita la predisposición de los colaboradores, para lo cual es necesario e indispensable que en Duragas haya voluntad de mejora por parte de los involucrados. Esta voluntad debe empezar desde los accionistas y directivos, pasando por los gerentes, jefes y coordinadores, luego empleados generales hasta llegar al guardia de la puerta.

Como se mencionó anteriormente Duragas ha venido actuando bajo criterios de RSE, por lo cual se cree que no habrá mayores inconvenientes en la inclusión de nuevas oportunidades de mejora.

En el componente de CALIDAD DE VIDA LABORAL, se requiere mayor cooperación y facilitar la elaboración de organizaciones de trabajadores y ayudar según méritos y aptitudes a capacitar a las personas, esto crea fidelidad y buen ambiente laboral. Trabajar bastante en las políticas de previsión, prevención y sanción del acoso; y diversidad.

La escasa práctica de relación entre empresa y comunidad en nuestro medio debe tomarse cuenta en Duragas S.A. para trazar un plan de actividades a ejecutarse durante el año evaluando periódicamente y serán responsables los comisionados designados por la gerencia.

6 Cronograma de actividades y presupuesto de inversión

ACTIVIDADES		AÑO 2012 – 2012																															
		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
		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	Elección del tema del Trabajo de Titulación y desarrollo del formato de presentación al Decanato		X	X	X																												
2	Aprobación del tema y comentarios por parte del Decano							X		X																							
3	Desarrollo del Anteproyecto										X	X																					
4	Presentación Anteproyecto al Decano para revisión													X																			
5	Desarrollo de entrevistas a personal de la empresa															X	X	X															
6	Investigación bibliográfica (libros, periódicos, internet)											X	X			X	X	X	X														
7	Asignación del tutor y reuniones															X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
8	Presentación del Trabajo de Titulación al Decanato																															X	
9	Exposición del Trabajo de Titulación																																X

PRESUPUESTO

Actividad	Costo
Materia Metodología	450.00
Movilización	80.00
Internet (horas)	50.00
Hojas (resma)	3.10
Impresiones	20.00
Procesamiento de información	30.00
Total	633.10

7 Bibliografía

- Alfaya, V. *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) La empresa "sostenible"*.
- *Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social*. (2005). Obtenido de <http://www.redceres.org>
- Chiriboga Ycaza, J. (Julio de 2010). *Responsabilidad Social Empresarial*. Guayaquil.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde sobre responsabilidad Social de las empresas. Comisión Europea, Bruselas, 2001.
- Chiriboga Ycaza, J. (2011). *RSE*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- DERES "Desarrollo de Responsabilidad Social". (s.f.). *Manual de autoevaluación*. Obtenido de www.deres.org.uy
- García, A. A. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial. Su contribución al desarrollo Sostenible*. Revista Futuros.
- Glück, Alois. (2002). *Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano*. Quito: INDESIC
- Mauricio Gonzáles Lara, 2008, *Responsabilidad social Empresarial*, Editorial Norma, México
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, www.iarse.org
- Fernando Navarro García, 2007, *Responsabilidad Social Corporativa*, AJ Jovell, MD Navarra
- Sánchez Olea Carlos, 2005, *La Responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*, Universidad de Valencia, España.
- JAMES C. COLLINS y JERRY I. PORRAS. *Empresas que perduran. Principios básicos de las compañías con visión de futuro*. Paidós, Barcelona, 1996
- Agüero, F. (2002) "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú". Escuela de

Estudios Internacionales. Universidad de Miami. Traducción: Jacobo Schatan (CENDA).

- Caravedo, Baltazar (2009), *“Responsabilidad Social Todos, La voz de las Regiones”*. PNUD, Universidad Correa, M^a E.; Flynn, S. Amit, A. (2004) *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial*. CEPAL División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos.
- Guédez, Víctor (2006) *“Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social”* Editorial Planeta (Venezuela).
- Solarte, Mario Roberto *“Modelo y metodología para la gestión en responsabilidad social empresarial”*.

8 Anexos

8.1 ARCH OFICIO No. 625 Calificación de Solicitud para comercialización de GLP


GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



Oficio N° 625-ARCH-DCTD-CG-2012

Quito DM, a 9 de mayo de 2012

Ingeniero
Lorenzo Palazzetti Grech
GERENTE GENERAL DURAGAS S.A.
Vía a la Costa Km. 7 ½
Guayaquil-

Trámite SAD: 15096, 19899, 20366, 20367, 26818 - 2010; SGC: 1045, 5496; SAD: 13184,
14943 - 2011; SGC: 1520, 6889 - 2012

**Asunto: Calificación de la solicitud de la compañía DURAGAS S.A. para la
comercialización de Gas Licuado de Petróleo**

De mi consideración:

Comunico a usted que el Ministerio de Recursos Naturales No Renovables en cumplimiento de sus facultades establecidas por el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, el artículo 9 de la Ley de Hidrocarburos, el artículo 13 del Decreto Ejecutivo N° 2282, publicado en el Registro Oficial N° 508 de 4 de febrero de 2002 y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, ha emitido la Resolución Ministerial que adjunto, con la cual se procede a Calificar la solicitud de la compañía "DURAGAS S.A.", para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo.

Para la obtención de la Autorización del ejercicio de las actividades de comercialización de Gas Licuado de Petróleo, DURAGAS S.A. debe presentar la correspondiente solicitud dirigida al Señor Ministro de Recursos Naturales No Renovables, referenciando las comunicaciones con las cuales dio cumplimiento con los requisitos establecidos en el artículo 14 del Decreto Ejecutivo N° 2282, así como con la presentación de la papeleta de depósito por concepto de "autorización de operación de comercializadoras de GLP", de conformidad con lo establecido en el ítem 42 del Acuerdo Ministerial N° 042, publicado en el Registro Oficial N° 291 de 14 de junio de 2006.

Particular que ~~notifico a usted~~ **notifico a usted** para los fines jurídicos pertinentes.

Atentamente


Ing. Francisco Polo B.
DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL HIDROCARBURÍFERO



Anexo: Resolución Ministerial de Calificación

C.C.: GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN - E.P. PETROECUADOR.
C.C.: CORDINACIÓN GENERAL JURÍDICA - MINISTERIO DE RECURSOS
NATURALES NO RENOVABLES.



Calle Galindo s/n entre Manuela Cañizares y Lola Quisana, Sector La America - Cosecha-Pichincha PBX (593-2) 5996 900
Nuestro Recurso para el buen vivir

Página 1 de 1



No.356

EL MINISTRO DE RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES,

CONSIDERANDO:

- QUE** con Decreto Ejecutivo No. 2282 publicado en el Registro Oficial No. 508 de 04 de febrero de 2002, se expidió el Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo, cuyos artículos 11, 12 y 13, establecen los requisitos legales y técnicos así como el procedimiento administrativo para calificar a una compañía comercializadora de gas licuado de petróleo;
- QUE** mediante Acuerdo Ministerial No. 042 publicado en el Registro Oficial No. 291 de 14 de junio del 2006, el Ministro de Energía y Minas, (hoy de Recursos Naturales No Renovables), fijó los valores de los derechos por los servicios de regulación y control de la actividad hidrocarburífera que presta la Dirección Nacional de Hidrocarburos (hoy Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero), en el segmento de derivados de hidrocarburos incluyendo gas licuado de petróleo, cuyo numeral 38 determina que por calificación de comercializadoras de GLP, cancelarán el valor de USD. \$10.000;
- QUE** con comunicaciones Nos. DURAGAS-2010-06-GG-022, DURAGAS-GOP-195, DURAGAS-GG-031, DURAGAS-GG-046, DURAGAS-GG-027, DURAGAS-GG-047 y s/n, de 10 de junio, 12 y 20 de agosto y 19 de noviembre de 2010, 5 de julio y 21 de septiembre de 2011, y 27 de enero de 2012, respectivamente, la compañía DURAGAS S.A., solicitó a esta Cartera de Estado, la calificación de la solicitud para comercializar Gas Licuado de Petróleo, para lo cual adjuntó la documentación pertinente y el pago del derecho respectivo;
- QUE** mediante memorandos Nos. 111 y 177-ARCH-DCTD-CG-2012 de 26 de enero y 9 de febrero de 2012, la Coordinación del Proceso de Control Técnico y Fiscalización de Comercialización de GLP y Gas Natural (al detal) y memorando No. 009-ARCH-DJ-ALE-2012 de 14 de febrero de 2012, la Dirección Jurídica, Trámite de Infracciones y Coactivas de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, emiten informe favorable sobre el proyecto de Resolución que calificaría la solicitud de la compañía DURAGAS S.A., para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo, al cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 11 y 67 del Decreto Ejecutivo No. 2282 y Acuerdo Ministerial No. 042;
- QUE** con memorando No. 311-ARCH-DCTD-CG-2012 de 22 de febrero de 2012, el Director de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, acogió los memorandos Nos. 111, 177-ARCH-DCTD-CG-2012 de 26 de enero y 9 de febrero de 2012 y 009-ARCH-DJ-ALE-2012 de 14 de febrero de 2012, recomendando al señor Ministro de Recursos Naturales No Renovables calificar la solicitud de la compañía DURAGAS S.A. para la comercialización de Gas Licuado de Petróleo;
- QUE** mediante memorando No. 126-COGEJ-C-ALE-H-2012 de 10 de abril de 2012 la Coordinación General Jurídica, emitió informe favorable para calificar a la Compañía DURAGAS S.A., para el ejercicio de las actividades de comercialización; y



EN EJERCICIO, de la facultad conferida por el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, los artículos 13 y 15 del Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo.

RESUELVE:

- Art. 1.- CALIFICAR**, la solicitud presentada por la compañía DURAGAS S.A., para comercializar Gas Licuado de Petróleo.
- Art. 2.-** Los documentos referidos en el artículo 14 del Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Gas Licuado de Petróleo se encuentran presentados y estos se tomarán en cuenta al momento de emitir el Acuerdo de autorización del ejercicio de actividades de comercialización de gas licuado de petróleo.
- Art. 3.-** Notifíquese la presente Resolución a la compañía DURAGAS S.A., a la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero y a la Gerencia de Comercialización de EP PETROECUADOR.
- Art. 4.-** La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su suscripción.

COMUNIQUESE.-

 **DADO**, en Quito, Distrito Metropolitano, a **11 MAYO 2012**


Wilson Pastor M.
MINISTRO
RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES

8.2 DIAGNÓSTICO DE MODELO RSE EN UNA EMPRESA (FORMATO PROHUMANA CHILE)

A. Componente ETICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

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

Si su puntaje es:

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

CODIGOS DE ETICA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían nuestro accionar					
En mi empresa se han difundido sus valores, siendo conocidos por todos sus miembros					
En mi empresa sus valores son respetados por todos sus miembros					
En mi empresa se ha elaborado un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos públicos de interés					
En este Código de Ética se establece e incentiva expresamente a desarrollar formas adecuadas de relacionarse					
En este Código de Ética se identifican las acciones poco					

éticas y su respectiva sanción					
En mi empresa existen mecanismos a través de los cuales los trabajadores acceden al Código de Ética					
GOBIERNO CORPORATIVO					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha definido un modelo de Gobierno Corporativo					
En mi empresa se han definido claramente las funciones del Gobierno Corporativo					
En mi empresa se han establecido sanciones al Gobierno Corporativo en caso de no cumplir o transgredir sus funciones					
En mi empresa se han definido claramente la organización de los cargos y las funciones de los mismos					
En mi empresa las funciones de cada cargo y la forma como se organizan son conocidas por todos					
TRANSPARENCIA EN LOS INFORMES CONTABLES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se presenta un Balance General al Servicio de Rentas Internas, cumpliendo con las obligaciones tributarias correspondientes					
En mi empresa se manejan libros contables con el apoyo de un contador externo					
En mi empresa se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros					
RELACIONES LEALES CON LA COMPETENCIA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje

En mi empresa se han establecido y comunicado las formas en que nos debemos relacionar lealmente con la competencia					
En mi empresa no se difunde información tendenciosa en contra nuestros competidores					
En mi empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común					
REPORTES DE SUSTENTABILIDAD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se elabora un Reporte de Sustentabilidad					
En mi empresa, en los contenidos del Reporte de Sustentabilidad, se integran aspectos sociales económicos y ambientales					
En mi empresa se publica, a través de medios como boletines, revista o página web, el Reporte de sustentabilidad					
Puntaje total					

B. Componente CALIDAD DE VIDA LABORAL

Si su puntaje es:

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

SEGURIDAD E HIGIENE					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han identificado los riesgos laborales					

relacionados con la seguridad de los trabajadores					
En mi empresa se han realizado charlas informativas o instancias similares, tendientes a informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa					
En mi empresa se ha elaborado un Manual de seguridad e higiene					
En mi empresa se dan a conocer cifras que den cuenta de la cantidad de accidentes de trabajo que han ocurrido en el último año					
En mi empresa se preocupan de establecer sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados					
POLITICA DE SALUD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar					
En mi empresa se promueve la existencia de un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo					
En mi empresa se ha implementado programas de salud orientados a la promoción de formas de vida saludable, como por ejemplo: formas de alimentación saludable, convenios con determinados seguros, o convenios con cajas de compensación					
POLITICA CON LOS SINDICATOS U ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores					
En mi empresa existen					

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

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

POLITICA DE PREVISION					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje

En mi empresa se han hecho charlas relacionadas con el ahorro voluntario, como una forma de complementar los ingresos recibidos cuando los trabajadores se jubilan					
En mi empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que se van a jubilar sepan cómo enfrentar ese proceso					
Las iniciativas o programas que genera la empresa en relación a la previsión son conocidos por todos los trabajadores					
POLITICA DE PREVENCION Y SANCION DEL ACOSO					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa han elaborado un manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual					
En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros					
En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas					

POLITICA DE DIVERSIDAD					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación					
En mi empresa se han generado					

mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas					
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores					
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas					
Puntaje total					

C. Componente CADENA DE VALOR (PROVEEDORES)

Si su puntaje es:

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

DESARROLLO DE PROVEEDORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores					
En mi empresa se han establecido ciertas exigencias a proveedores, todas ellas orientadas al cumplimiento de la legislación ecuatoriana y el establecimiento de una relación a largo plazo					
En mi empresa se han generado instancias en las que se comparten conocimientos con					

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

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

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

Si su puntaje es:

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

RELACION CON LOS CONSUMIDORES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias					
En mi empresa se han establecido mecanismos para la reposición de productos defectuosos					
Los sistemas de atención a los consumidores son difundidos a través de todos los canales de comunicación externa con que cuenta la empresa, de manera que todo consumidor conoce las manera de acceder a ellos.					
En mi empresa el sistema de atención a los consumidores es conocido por todos los miembros de la empresa, siendo cualquiera de ellos capaz de derivar a los consumidores a las instancias correspondientes.					
En mi empresa se han realizado encuestas para recoger la satisfacción de los clientes.					
POLÍTICA PUBLICITARIA					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa existen orientaciones éticas para la publicidad que se realiza.					
En mi empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.					
En mi empresa la política de publicidad es conocida tanto interna como externamente.					

En mi empresa se han generado mecanismos de regulación interna en cuanto a la publicidad.					
CONOCIMIENTO DE DAÑOS POTENCIALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa no se utilizan sustancias o productos prohibidos en Ecuador y en otros países.					
En mi empresa se han destinado recursos a la investigación de los posibles efectos, a largo plazo, que tienen sus productos o servicios.					
En mi empresa se han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.					
Puntaje total					

E. Componente COMUNIDAD

Si su puntaje es:

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

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

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

F. Componente MEDIOAMBIENTE

Si su puntaje es:

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

ACTITUD PROACTIVA FRENTE A EXIGENCIAS MEDIOAMBIENTALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha establecido una Declaración de Principios respecto a su actuación en términos ambientales.					
En mi empresa se preocupan de cumplir la legislación ecuatoriana vigente respecto a los posibles impactos ambientales negativos.					
En mi empresa se han identificado los posibles impactos ambientales negativos.					
En mi empresa se ha certificado su quehacer en materia ambiental.					
En mi empresa se ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.					
PRACTICAS AMBIENTALES					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han implementado prácticas ambientales con el público interno					
En mi empresa se han implementado formas de ahorro energético					

En mi empresa se han implementado medidas para disminuir y utilizar eficientemente el consumo de agua					
En mi empresa se han implementado prácticas para optimizar el uso de materias primas o insumos en general					
En mi empresa se han desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos					
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental					
En mi empresa se han generado instancias de capacitación de los trabajadores acerca de buenas prácticas medioambientales					
SISTEMA DE GESTION MEDIOAMBIENTAL					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: explique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.					
Puntaje total					