



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE
COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO
GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A,

AUTOR:

ANDRÉS EZEQUIEL BARAHONA MALAN

DIRECTOR:

ING. NELSON JAVIER GARCÍA LÓPEZ

GUARANDA - ECUADOR

2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE
COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO
GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A,

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en el camino del esfuerzo propio y por permitirme lograr una meta importante en mi vida, pues, ha sabido mantener mi corazón lleno de felicidad y alegría para culminar con éxito mi etapa en la ilustre Universidad Estatal de Bolívar que me abrió las puertas hacia el conocimiento, a cada maestro que me inspiró a ser un buen profesional.

A mi familia que ha impulsado el objetivo de formarme como profesional lleno de valores inquebrantables, mis padres que me han sabido apoyar incondicionalmente son parte del motor de mi vida, por lo cual les estaré siempre agradecido por cada esfuerzo que han hecho para darme la educación, esto permanecerá para siempre en mi corazón que los ama.

Agradezco a todos aquellos amigos que me han brindado su amistad y buenos deseos en mi formación profesional.

A mi director Ing. Nelson Javier García López, quien me ha brindado su conocimiento, paciencia, apoyo y ser un guía en este trabajo. Sus observaciones y retroalimentación fueron de gran ayuda para culminar mi proyecto de investigación.

A la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., por abrirme las puertas y realizar mi proyecto.

Andrés Ezequiel Barahona Malan

DEDICATORIA

El éxito de este trabajo está dedicado a toda mi amada familia, pues son aquel apoyo incondicional que siempre está ahí para no decaer en los momentos más complicados ya que sus consejos y muestras de amor han hecho que logre con valentía cada meta que me proponga.

Finalmente, a mí mismo, por no decaer y siempre buscar una salida hacia el éxito.

Andrés Ezequiel Barahona Malan

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN



UNIDAD DE TITULACIÓN Y UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Nelson Javier García López, Ing. Manola Lorena González Nájera e Ing. Verónica del Carmen Argüello Delgado en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular "MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A., EN LA CIUDAD DE GUARANDA EN EL AÑO 2022." desarrollado por el señor Andrés Ezequiel Barahona Malan.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera CONTABILIDAD Y AUDITORIA, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 13 de Noviembre del 2023

Ing. Nelson Javier
García López
Director

Ing. Manola Lorena
González Nájera
Par Académico

Ing. Verónica del
Carmen Argüello
Delgado
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR



**BIBLIOTECA
GENERAL**

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Barahona Malan Andrés Ezequiel** portador de la Cédula de Identidad No **1756029359** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A**, modalidad **TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Andrés Ezequiel Barahona Malan

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Barahona Malan', is written over a horizontal line.

Andrés Ezequiel Barahona Malan

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN	v
DERECHOS DE AUTOR	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I.....	5
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	5
1.1. Descripción del Problema.....	5
1.2. Formulación del problema.....	7
1.3. Preguntas de investigación	7
1.4. Justificación	8
1.5. Objetivos.....	9
1.6. Hipótesis	10
1.7. Variables	10
1.8. Operacionalización de las variables	10
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO.....	13
2.1. Antecedentes.....	13
2.2. Marco Científico	17
2.2.1. Responsabilidad Social	17
2.2.2. Prácticas responsables.....	18
2.2.3. Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa.....	20
2.2.5. Desventajas de la responsabilidad social	22

2.2.6. Teorías de Responsabilidad Social.....	22
2.2.7. Responsabilidad Social Interna y Externa.....	23
2.2.8. Grupos de interés.....	25
2.2.9. Modelo de Responsabilidad Social	26
2.2.10. Norma ISO 26000	29
2.2.11. Principios de la ISO 26000	30
2.2.12. Principio de Comportamiento Etico.....	32
2.2.13. La ética.....	32
2.2.14. La ética profesional	32
2.2.15. Ética Organizacional	33
2.2.16. El código de ética	34
2.3. Marco Conceptual.....	34
2.4. Marco Legal.....	38
2.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	38
2.4.2. LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL (LOTTTSV).....	39
2.4.3. RESOLUCIÓN PERMISO DE OPERACIÓN.....	40
2.4.4. REGLAMENTO INTERNO.....	40
2.5. Marco Georreferencial.....	42
CAPÍTULO III	43
METODOLOGÍA	43
3.1. Tipo de Investigación	43
3.1.1. Investigación Descriptiva.....	43
3.1.2. Investigación Bibliográfica	43
3.1.3. Investigación de Campo.....	43
3.2. Enfoque de la investigación.....	43
3.2.1. Enfoque Cualitativo	43
3.2.2. Enfoque Cuantitativo	44
3.3. Métodos de Investigación.....	44
3.3.1. Método deductivo.....	44

3.3.2. Método Inductivo	44
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	44
3.5. Universo, Población y Muestra	45
3.5.1. Universo	45
3.5.2. Población.....	45
3.5.3. Muestra.....	45
3.6. Procesamiento de la Información	45
CAPÍTULO IV	46
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	46
4.1.1. Análisis e interpretación de la entrevista aplicada al gerente.	46
4.1.2. Análisis de la ficha de observación.....	47
4.1.3. Resultados de la Aplicación de la encuesta.....	48
4.1.4. Comprobación de Hipótesis	60
4.1.5. Discusión de resultados.....	64
CAPÍTULO V	66
PROPUESTA.....	66
MODELO DE GESTIÓN POR RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE LA BASE DEL RENDIMIENTO COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.	66
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	122
Anexo 1 Cronograma de Gantt.....	122
Anexo 2 Presupuesto Ejecutado	124
Anexo 3. Carta de aceptación de la compañía.....	125
Anexo 4. Guía de Entrevista.....	126
Anexo 5. Guía de encuesta	128
Anexo 6 Fichas de observación.....	130

Anexo 7. Ruc de la compañía	132
Anexo 8. Nómina de socios	134
Anexo 9. Fotografías	135
Anexo 10. Certificado de Turnitin.....	138
Anexo 11. Reporte de Turnitin	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Variable Independiente: <i>Modelo de responsabilidad social</i>	11
Tabla 2.	Variable Dependiente: <i>Principio de Comportamiento Ético</i>	12
Tabla 3.	<i>Cargos de la compañía</i>	45
Tabla 4.	<i>Reconocer su responsabilidad</i>	48
Tabla 5.	<i>Decisiones con responsabilidad</i>	49
Tabla 6.	<i>Desarrollo de la compañía</i>	50
Tabla 7.	<i>Asumir funciones con responsabilidad</i>	51
Tabla 8.	<i>Responsable con los grupos de interés</i>	52
Tabla 9.	<i>Mejora las relaciones sociales y valores éticos</i>	53
Tabla 10.	<i>Vínculo con los grupos de interés</i>	54
Tabla 11.	<i>Desempeñar mejor su función</i>	55
Tabla 12.	<i>Cumplir con prácticas responsables</i>	56
Tabla 13.	<i>Cambio en los principios</i>	57
Tabla 14.	<i>Servicio de transporte con un comportamiento ético</i>	58
Tabla 15.	<i>Realiza prácticas responsables</i>	59
Tabla 16.	<i>Frecuencias observadas (fo)</i>	60
Tabla 17.	<i>Frecuencias esperadas (fe)</i>	61
Tabla 18.	<i>Chi Cuadrado (χ^2)</i>	62
Tabla 19.	<i>Cálculo chi cuadrado critico en Excel</i>	62
Tabla 20.	<i>Análisis Interno</i>	68
Tabla 21.	<i>Análisis Externo</i>	68
Tabla 22.	<i>Matriz de Estrategias</i>	69
Tabla 23.	<i>Identificación de las partes interesadas o grupos de interés</i>	72
Tabla 24.	<i>Plan de acción socios de la compañía</i>	94
Tabla 25.	<i>Plan de acción medio ambiente</i>	97
Tabla 26.	<i>Plan de acción sociedad-comunidad</i>	101
Tabla 27.	<i>Seguimiento del plan de acción</i>	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Ubicación de la compañía</i>	42
Figura 2. <i>Reconocer su responsabilidad</i>	48
Figura 3. <i>Decisiones con responsabilidad</i>	49
Figura 4. <i>Desarrollo de la compañía</i>	50
Figura 5. <i>Asumir funciones con responsabilidad</i>	51
Figura 6. <i>Responsable con los grupos de interés</i>	52
Figura 7. <i>Mejora las relaciones sociales y valores éticos</i>	53
Figura 8. <i>Vínculo con los grupos de interés</i>	54
Figura 9. <i>Desempeñar mejor su función</i>	55
Figura 10. <i>Cumplir con prácticas responsables</i>	56
Figura 11. <i>Cambio en los principios</i>	57
Figura 12. <i>Servicio de transporte con un comportamiento ético</i>	58
Figura 13. <i>Realiza prácticas responsables</i>	59
Figura 14. <i>Estructura del modelo de responsabilidad social</i>	66
Figura 15. <i>Organigrama Estructural de la Compañía</i>	78
Figura 16. <i>Mapa de procesos</i>	79
Figura 17. <i>Transporte de pasajeros</i>	81
Figura 18. <i>Mantenimiento del vehículo</i>	82
Figura 19. <i>Atención a reclamos</i>	83

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación nombrado modelo de responsabilidad social con el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres TAXGUANUJO S.A., en la ciudad de Guaranda en el año 2022, tiene la intención de diseñar un modelo de responsabilidad social que le permita a la compañía realizar prácticas responsables con un adecuado comportamiento ético.

La razón de realizar el siguiente trabajo es para demostrar que una PYME, es capaz de contribuir con su entorno, responsabilizándose de su impacto causado al medio ambiente y la comunidad producido por el uso de un vehículo, además que, implementar un modelo de responsabilidad social le permitirá obtener beneficios como una mejor reputación, también, mejorar la relación con sus grupos de interés para aportar con prácticas responsables que traigan consigo beneficios para la sociedad y medio ambiente.

La metodología utilizada para la investigación de este trabajo, fue una investigación de campo, descriptiva y bibliográfica, haciendo uso también de un enfoque mixto con un método deductivo e inductivo. Además de usar instrumentos y técnicas para la compilación de información como la entrevista, ficha de observación y encuesta.

Como objetivo general de la investigación se planteó diseñar un modelo de responsabilidad social que mejore el principio de comportamiento ético de la compañía, pues para lograrlo fue necesario sustentarlo con sus objetivos específicos que permitieron elaborar una línea base de responsabilidad social, compilar información sobre modelo de responsabilidad social y principio de comportamiento ético, para presentar la propuesta del modelo de responsabilidad social con el principio de comportamiento ético.

El proyecto está organizado por cinco capítulos:

Capítulo I: El primer capítulo consta de la descripción del problema, la formulación del problema, sus preguntas de investigación, la debida justificación del trabajo, se plantean los objetivos uno general y tres específicos, la hipótesis, las variables independiente y dependiente para culminar con su operacionalización.

Capítulo II: Este capítulo está conformado por el marco teórico, en él se redactan trabajos realizados de tesis, artículos de investigación y demás información relevante en base a las variables del estudio que dieron la apertura para realizar los antecedentes, marco científico, conceptual, legal y finalizar con la ubicación geográfica de la compañía.

Capítulo III: El capítulo aborda la metodología que fue utilizada para desarrollar el proyecto, el tipo de investigación, el enfoque cualitativo y cuantitativo, métodos de investigación, técnicas e instrumentos para la recopilación de información, universo, población, muestra y procesamiento de la información.

Capítulo IV Se presenta los resultados y discusión de la información recolectada de la guía de observación, entrevista y las encuestas realizadas a los socios de la compañía, realizando un análisis e interpretación por medio de la tabulación de datos y generación de gráficos.

Capítulo V: El capítulo final muestra la propuesta del proyecto que es diseñar un modelo de responsabilidad social para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., para finalizar con las conclusiones y recomendaciones.

RESUMEN

El proyecto de investigación fue desarrollado para cumplir con el objetivo general de diseñar un modelo de responsabilidad social que mejore el principio de comportamiento ético de la compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022, es una propuesta que pretende comprobar la hipótesis “Disponiendo de un modelo de responsabilidad social mejora el principio de comportamiento ético para la compañía”. Para la ejecución de este trabajo fue necesario la utilización de una metodología enfocada a la investigación descriptiva, documental y de campo, a más de utilizar un enfoque cuantitativo y cualitativo pues la utilización de técnicas e instrumentos de recolección de datos se realizó por medio de encuestas, una entrevista y fichas de observación. El trabajo dio como resultado que la compañía desconoce los beneficios que puede otorgarle un modelo de responsabilidad social además de no poseer un código de ética para poder mejorar su comportamiento ético pues sus valores y principios no están sustentados en un documento que los valide, se concluyó que la compañía es adecuada para desarrollar prácticas responsable por medio del modelo de responsabilidad social que mejore su comportamiento ético pues para comprobar la hipótesis fue necesario realizarlo por el método del Chi cuadrado ya que fue el más adecuado para ser comprobado. Finalmente se recomienda que la compañía adopte este modelo de responsabilidad social, para que sus actividades y el rendimiento de sus funciones se desarrollen con el propósito de brindar un entorno sostenible.

Palabras clave: Responsabilidad social, principio de comportamiento ético, practicas responsables, entorno sostenible.

ABSTRACT

The research project was developed to fulfill the general objective of designing a social responsibility model that improves the principle of ethical behavior of the company of Executive Taxi Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, in the city of Guaranda in the year 2022, it is a proposal that aims to test the hypothesis "having a social responsibility model improves the principle of ethical behavior for the company". For the execution of this work it was necessary to use a methodology focused on descriptive, documentary and field research, in addition to using a quantitative and qualitative approach since the use of techniques and instruments for data collection was carried out through surveys, an interview and observation sheets. The work gave as a result that the company does not know the benefits that a social responsibility model can provide, besides not having a code of ethics to improve its ethical behavior because its values and principles are not supported in a document that validates them, it was concluded that the company is suitable to develop responsible practices through the social responsibility model to improve its ethical behavior because to test the hypothesis it was necessary to perform it by the Chi-square method since it was the most appropriate to be tested. Finally, it is recommended that the company adopt this model of social responsibility, so that its activities and the performance of its functions are developed with the purpose of providing a sustainable environment.

Keywords: Social responsibility, principle of ethical behavior, responsible practices, sustainable environment.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

La responsabilidad social en el Ecuador ha adquirido una gran relevancia para las empresas que, de manera voluntaria deciden aportar con soluciones a inconvenientes internos y externos, escogiendo de manera deliberada las más importantes para satisfacer y brindar bienestar a su entorno; la sociedad o comunidad y el medio ambiente.

Gracias a que el país ha experimentado avances en la aplicación de prácticas responsables en diversas áreas ambientales y sociales que contribuyen un progreso sostenible y sustentable para las próximas generaciones. Han surgido organismos y asociaciones que promueven la responsabilidad social y brindan apoyo a las organizaciones en su implementación, por ejemplo; la responsabilidad social & sostenibilidad ECUADOR (CERES), que brindan capacitación, asesoramiento y promoción de buenas prácticas en responsabilidad social.

Acosta et al. (2018) mencionan que, para las empresas del país, las prácticas de responsabilidad social han sido consideradas de importancia debido a que la emplean como un método de sostenibilidad, que además le ayudará a perfeccionar los procesos internos y optimizar sus recursos para que sus gastos sean menores a la vez que mejora su imagen ante sus clientes y la comunidad.

A nivel empresarial, muchas compañías han adoptado prácticas responsables como parte de su estrategia de negocio y están relacionadas a dar soluciones viables, mejorando el:

- Desarrollo comunitario: Las empresas implementan o apoyan a programas y proyectos destinados a contribuir una mejora en la calidad de vida de la sociedad o comunidad donde realizan su actividad comercial. Como proyectos de educación, salud, acceso a servicios básicos, infraestructura comunitaria, entre otros.

- Medio ambiente: La protección ambiental es una preocupación importante en el Ecuador, debido a su riqueza en biodiversidad, provoca que las empresas se comprometen a reducir su impacto ambiental, implementando prácticas sostenibles, reduciendo emisiones, promoviendo el uso correcto de los recursos provenientes de la naturaleza y apoyando a conservar de los ecosistemas.
- Inclusión social: La inclusión social fomenta un trato igualitario capaz de brindar oportunidades para construir una sociedad justa, que garantiza el debido respeto por los derechos humanos sin discriminación capaz de crear entornos laborales inclusivos.
- Ética y transparencia: Las empresas buscan operar de manera ética y transparente, cumpliendo con los estándares de buen gobierno corporativo, respetando los derechos laborales, evitando la corrupción y promoviendo la integridad en todas sus operaciones

En la provincia de Bolívar al igual que en otros lugares del Ecuador, existen PYMES y organizaciones que han adoptado un modelo de responsabilidad social (RS) que forma parte de su enfoque de negocio. Ya que aportan al progreso sostenible de su entorno con el objetivo de elevar el nivel de vida de la comunidad local mediante la adopción de acciones responsables.

En la compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, tras un análisis preliminar se pudo evidenciar la falta de conocimiento de los socios respecto a responsabilidad social y los beneficios que puede aportar a su rendimiento un modelo de RS, pues, no han tomado en cuenta las consecuencias de desempeñar su actividad comercial. Otro aspecto relevante es la falta del código de ética que debe asegurar una adecuada conducta de los todos los socios de la compañía para desempeñar sus funciones.

En consecuencia, la compañía no ha considerado los efectos que su actividad produce en términos de contaminación, pues al utilizar automóviles que recorren la ciudad, se generan todos los días grandes cantidades de gases CO₂, contaminando también el ambiente natural con residuos de aceite o gasolina. Así mismo, la falta de ética del profesional, podría desencadenar un ambiente laboral que no sea el

óptimo para cumplir con sus funciones y de seguir así, generara que los clientes no se sientan complacidos con el servicio de transporte, esto desencadenaría que los usuarios prefieran usar el servicio de la competencia u opten utilizar otro medio de transporte como buses y camionetas, lo que ocasionaría que su rendimiento económico disminuya.

Por este motivo se va a diseñar un modelo de RS para La Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A. ubicada en la provincia de Bolívar, para que sea capaz de contribuir con prácticas responsables, que podrá mejorar el vínculo que existe entre la comunidad y el medio ambiente con la compañía, del cual puede surgir ventajas económicas como sociales, principalmente mejorando su reputación al promover actividades de sostenibilidad, para reducir las consecuencias que se mencionó anteriormente y mejorar el comportamiento ético de los socios para cumplir con responsabilidad sus funciones, hará la diferencia con la competencia.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera un modelo de responsabilidad social repercute en el principio de comportamiento ético de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., en la ciudad de Guaranda en el año 2022?

1.3. Preguntas de investigación

¿Cuáles son las definiciones responsabilidad social?

¿Cómo diseñar un modelo de RS apropiado para la compañía?

¿Cuál es la ventaja de implementar un modelo de RS para la compañía?

¿Existen desventajas por implementar un modelo de RS?

¿Cuál es la relación que tiene el comportamiento ético con la responsabilidad social?

¿Por qué la compañía no ha considerado realizar un modelo de RS?

¿De qué manera afecta al rendimiento de la compañía realizar sus actividades con comportamiento ético?

¿Las funciones que se ejecutan dentro de la compañía son realizadas con comportamiento ético?

¿Cómo un código de ética tiene relación con el principio de comportamiento ético?
¿Por qué es importante el comportamiento ético en la compañía?
¿La fundamentación teórica de la responsabilidad social y el principio de comportamiento ético ayudan a identificar prácticas responsables adecuadas?

1.4. Justificación

El presente proyecto se lo realizó **porque** las PYMES son consideradas organizaciones que pueden realizar prácticas responsables de forma voluntaria, asumiendo una responsabilidad de apoyo con sus integrantes, sociedad y medio ambiente, sin embargo, en la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanajuato Expres TAXGUANUJO S.A., la responsabilidad social ha sido considerado un tema de poco interés durante sus años de funcionamiento, además de no conocer los beneficios que puede traer consigo si se ejecuta un modelo de RS. Una razón más es la falta de un código de ética que muestre los principios y valores con los que se deben comportar los socios de la compañía para que su rendimiento en sus funciones no se vea comprometidas.

Aludiendo al anterior párrafo, diseñar un modelo de RS incentivaría a los socios de la compañía a cumplir actividades de manera responsable y ética **para que** puedan mejorar el vínculo con sus partes interesadas o grupos de interés, además, al ser una compañía de transporte el uso de un vehículo representa reconocer el daño medio ambiental que resulta de operar automóviles que utilizan gasolina, de esa forma los socios estarán dispuestos a disminuir su impacto negativo o controlarlo por medio de prácticas sostenibles con un adecuado comportamiento ético.

La **necesidad** de realizar el proyecto de investigación, es para que, la compañía TAXGUANUJO S.A., reconozca de manera voluntaria las consecuencias que sus actividades producen, pues el modelo de responsabilidad social le permitirá cumplir con prácticas responsables capaces de mitigar o eliminar en lo posible estas consecuencias y aportar con bienestar a la sociedad y medio ambiente para asumir con responsabilidad las decisiones y acciones que se toman en su entorno, además le permitirá tener una mejor relación entre sus socios, sociedad y el medio ambiente, considerando que su cumplimiento estará influenciado a realizarse con respeto para mejorar su rendimiento.

El trabajo se destaca por la **importancia** que representa el modelo de RS para una PYME de transporte, pues será capaz de contribuir con el desarrollo de prácticas responsables, que serán para beneficiar a los socios de la compañía, el medio ambiente y la comunidad, además demuestra que la compañía es capaz de mejorar su relación con su entorno y desarrollar su servicio de transporte de forma sostenible.

Es **relevante** por medio de la propuesta, conocer las funciones que ejecutan los órganos de dirección de la compañía, puesto que, un modelo de RS podría fortalecer sus funciones para dar soluciones a necesidades que los grupos de interés pueden presentar. También es prudente conocer los valores y principios, de modo que puedan ser vinculados con un modelo de RS. Pues, es de gran importancia que todos los socios de la compañía realicen sus actividades orientadas a un código de ética que les permitirá tener un comportamiento ético adecuado para cumplir sin inconvenientes sus funciones.

Como **beneficiarios** de esta investigación serán principalmente los socios de la compañía, puesto que el modelo de responsabilidad social le permitirá aportar con soluciones que sean de beneficio para su comunidad y el medioambiente, sin descuidar ni malgastar el recurso económico buscando siempre el desarrollo del mismo, también serán beneficiados por las buenas prácticas responsables que pueden llegar a generarse, fortaleciendo la relación interna entre socios, además podría generarse una ventaja competitiva. Los beneficiarios indirectos serán los clientes que por usar el servicio de taxi de la compañía gozaran con una prestación del servicio de calidad, también a la comunidad de estudiantes de la UEB que podrían utilizar la presente investigación como fuente para trabajos académicos.

Finalmente, esta investigación es **factible** por la información y colaboración de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres TAXGUANUJO S.A. además de la ausencia de un modelo de RS en la compañía.

1.5. Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo de responsabilidad social que mejore el principio de comportamiento ético de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022.

Objetivos Específicos

- Elaborar una línea base respecto a la responsabilidad social.
- Compilar información sobre modelo de responsabilidad social y principio de comportamiento ético.
- Presentar la propuesta del modelo de RS con el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

1.6. Hipótesis

Disponiendo de un modelo de responsabilidad social mejora el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022.

1.7. Variables

Variable Independiente: Modelo de responsabilidad social

Variable Dependiente: Principio de comportamiento ético

1.8. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Variable Independiente: Modelo de responsabilidad social.

Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El modelo de Responsabilidad Social es una estructura que proporciona orientación y directrices para que las organizaciones implementen prácticas socialmente responsables y sean capaces de responder a los impactos sociales ocasionados a sus grupos de interés.	Responsabilidad Social	Al final del cuarto trimestre del 2023 la directiva de la compañía conocerá en un 100% los beneficios de la responsabilidad social.	¿Cree usted que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía reconocer su responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad? ¿Está usted de acuerdo que un modelo de responsabilidad social contribuirá al desarrollo de la compañía?	Encuesta/ Cuestionario
	Grupos de interés	Al tercer trimestre del 2023 se espera que la compañía mejore su relación un 60% con los grupos de interés.	¿Considera usted que un modelo de responsabilidad social permite ser más responsable con los grupos de interés? ¿Considera usted que por medio de un modelo de responsabilidad social la compañía mejorará su vínculo con los grupos de interés?	
	Prácticas responsables	Al último mes del cuarto trimestre del 2023 el 100% de los socios de la compañía conocerán las prácticas responsables adecuadas que pueden realizar.	¿Considera usted adecuado que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía cumplir con prácticas responsables para el beneficio de la sociedad? ¿Cree usted que realiza prácticas responsables sin requerir un modelo de responsabilidad social?	

Nota: *Elaboración por autor*

Tabla 2. Variable Dependiente: Principio de Comportamiento Ético.

Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El principio de comportamiento ético es uno de los principios fundamentales de la Responsabilidad Social (RSE-RSC), se refiere a la responsabilidad de las organizaciones para actuar de manera ética en todas sus actividades y relaciones comerciales.	Responsabilidad	Al cuarto trimestre del 2023 se espera que se cumpla el 90% de las funciones internas, con responsabilidad.	¿Cree usted que el principio de comportamiento ético influye para que las decisiones se tomen con responsabilidad? ¿Considera usted que el principio de comportamiento ético les permite a los socios de la compañía asumir sus funciones internas con responsabilidad?	Encuesta/ Cuestionario
	Ética	Al cuarto trimestre del 2023 se espera una mejora en un 80% de los valores éticos de la compañía.	¿Cree usted que actuar con un adecuado comportamiento ético mejorara las relaciones sociales y fortalece los valores éticos de la compañía?	
		Al finalizar el cuarto trimestre del 2023 los miembros conocerán en un 100% una propuesta de código de ética.	¿Considera usted conveniente regirse a un código de ética, cumpliendo con el principio de comportamiento ético para desempeñar mejor su función en la compañía? ¿Considera usted que el servicio de transporte que brinda la compañía, se lo realiza con un comportamiento ético adecuado?	
	Principios	Al segundo mes del cuarto trimestre del 2023 se espera que el 100% de los socios conozcan sus principios.	¿Usted cree que debe haber algún cambio en los principios de la compañía que permitan mejorar el comportamiento ético de sus socios hacia el medio ambiente y la sociedad?	

Nota: *Elaboración por autor*

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Inicialmente (Farinango Conlago & Mera Macato, 2022) en su proyecto de investigación titulado “Modelo de responsabilidad social empresarial y condiciones laborales para la empresa CREAM AVENTURATE DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI – ECUADOR” indica que su objetivo es generar un modelo de responsabilidad social empresarial basado en la Norma ISO 26000, que le permita mejorar las condiciones en las que trabajan sus empleados, utilizando una metodología de investigación de campo, documental y correlacional, con un enfoque cuantitativo pues en ella se buscó determinar el alcance que resulta de vincular los principios de la ISO 26000, por medio de un estudio descriptivo para la recolección de información y datos referentes a sus variables. Arrojando como conclusión, que la empresa debe cumplir y mejorar obligaciones con sus trabajadores, pues se evidenció que existe cierta inconformidad en sus condiciones laborales y que mejorando esto se puedan encontrar en un ambiente laboral justo y equitativo que permita mejorar su calidad de vida de sus trabajadores, para poder rendir al máximo en sus actividades dentro de la empresa. Finalmente recomienda que implementar el modelo de RSE va a resultar beneficioso pues será una ventaja competitiva a más de que le permitirá mantener un equilibrio con sus recursos económicos, empleados y grupos de interés.

Así mismo (Machado Moscoso, 2021) con su proyecto titulado “Modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial para la empresa SEMAFOVIAL S. A.” propone como objetivo diseñar un modelo de gestión apoyado por la RSE, con base en el comportamiento ético y otros principios de la ISO 26000. Para lo cual utilizó un método descriptivo no experimental, ya que propone realizar el estudio en dos etapas, la primera etapa es de exploración, donde recopiló información para encontrar sus posibles necesidades y problemas, la segunda etapa de desarrollo donde propuso estrategias y métodos para crear un plan de RSE, en la cual se hace

una comparación entre los siete principios de la ISO 26000 y la responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa. Como conclusión, halló que el modelo propuesto dentro de la investigación, favorecerá a la mejora continua otorgándole ventajas competitivas para competir con sus semejantes, considerando además que se debe satisfacer en lo posible aquellas necesidades que presenten sus partes interesadas o grupos de interés, también menciona que se debe mantener un equilibrio entre la sociedad, economía, medio ambiente y sus finanzas. Como recomendación menciona que al implementar un nuevo modelo de gestión de RSE, se necesitará de un encargado, para que controle la responsabilidad social de la empresa, esto le permitirá gozar de beneficios como mejorar la imagen y generar un impacto positivo en su comunidad y medio ambiente.

Mientras que (Juárez López, 2019) en su trabajo de tesis titulado “Modelo de responsabilidad social empresarial, aplicado a las MIPYMES de alimentos” plantea como objetivo desarrollar un modelo de responsabilidad social, aplicado para MIPYMES, de alimentos. El autor utiliza como metodología de la investigación un estudio exploratorio cualitativo, para describir las particularidades de la empresa para ser socialmente responsable con base a la aplicación de la ISO 26000. Al no ser experimental su alcance es descriptivo al describir conceptos de RSE. Como resultado, concluye que de las actividades que tienen mayor importancia para las empresas necesitan ser atendidas para mejorar su desempeño con los empleados y la sociedad, pues el modelo propuesto beneficiará a la sección de empresas alimenticias como a otras industrias. Además de que el principio de comportamiento ético deberá estar relacionado con un código de ética que permita la resolución de conflictos. La recomendación que da el autor está dirigida hacia estudiantes que decidan realizar el modelo de responsabilidad en el sector de MYPIMES de alimentos para comprobar su efectividad deben aplicarlo, también menciona que, expandir el modelo a otras empresas diferentes a la de alimentos provocará que se vuelvan socialmente responsables por acatar el modelo.

Así mismo, para (Abad García, 2018) en su trabajo titulado “Diseño de un modelo de gestión socialmente responsable para Pymes del Ecuador, 2017: Caso de estudio empresa LOGEX OPERACIONES GUAYAQUIL” cuyo objetivo es presentar una propuesta para la implementación de un modelo de gestión que sea socialmente

responsable. Por lo cual el autor utiliza una metodología de investigación exploratorio y descriptivo para conocer si la empresa aplicó prácticas responsables en su gestión, además del método inductivo que le permitió conocer las particularidades de la empresa y la de sus partes interesadas, y el método deductivo, pues, la empresa al no poseer un modelo de responsabilidad social no aplica prácticas responsables y descriptivo porque permitió conocer las apreciaciones de sus partes interesadas por medio de encuestas y entrevistas. El estudio mostró que implementar un modelo de gestión le permite tener una ventaja competitiva hacia su competencia, pues sus consumidores preferirán una empresa responsable de su impacto con el medio ambiente lo que beneficiara al desarrollo de la empresa en términos de reputación. Como recomendación final destaca que, se deberá elaborar un código de ética que contenga valores, políticas y principios de RS, dentro de su ámbito económico, social y ambiental.

Para (Ulloa Toalombo, 2022) en su proyecto de investigación titulado “Modelo de gestión de responsabilidad social para empresas turísticas del cantón Guaranda” propone como objetivo el desarrollo de un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial para las empresas turísticas del cantón Guaranda, para lo cual aplica una metodología de carácter cuantitativa, con una investigación no experimental, transversal de carácter descriptivo, utilizando una encuesta dirigida a diez gerentes de estas empresas. Como resultado de esta investigación el autor pudo concluir que los gerentes de estas empresas están interesados en profundizar sobre los modelos de responsabilidad social, además de desarrollar el modelo de RSE estableciendo cuatro fases para su debida implementación; la identidad corporativa, que permite establecer un análisis situacional de sus fortalezas y amenazas para establecer que recursos posee la empresa y aprovecharlos; enfoques o dimensiones, para establecer estrategias que le permita mejorar aquellas necesidades de su entorno; operatividad, se elabora un plan de acción en el que se pretende realizar prácticas responsables con el propósito de mejorar su desempeño y mejorar su recursos; monitoreo y seguimiento, pues este fase pretende evaluar y verificar el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan de acción y si es necesario rectificarlos y mejorarlos. Como recomendación final indica que se debe trabajar conjuntamente con organizaciones públicas o privados que ofrezcan apoyo

para que prueban el desarrollo de prácticas responsables que aseguren una verdadera sostenibilidad para generaciones del futuro.

Finalmente (Salcedo Muñoz et al., 2019) en su artículo de investigación titulado “Responsabilidad social empresarial en el transporte público urbano de la ciudad de Machala - Ecuador” los autores se proponen determinar el grado de cumplimiento de responsabilidad social de las empresas de transporte público urbano orientado en tres aspectos importantes: la relación que mantienen con los trabajadores, el cuidado al medio ambiente, y el servicio prestado a consumidores, para lo cual se ha utilizado un estudio de carácter descriptivo mediante encuestas dirigidas a ciento dos socios de tres compañías de transporte de la ciudad, los resultados pudieron demostrar que aunque existe evidencia de cumplir con ciertas características que fomentan un respeto por el medio ambiente, personas con discapacidad y obligaciones como las leyes de tránsito es necesario la realización de prácticas responsables que le permitirán mejorar su relación con los grupos de interés debido a que durante su periodo de funcionamiento no han considerado la realización de estas prácticas, llegando a la conclusión que el cumplimiento de prácticas de RSE de estas cooperativas son muy bajos, por lo que recomienda la realización inmediata de prácticas responsables.

2.2. Marco Científico

2.2.1. Responsabilidad Social

A lo largo de la historia de la humanidad las prácticas de responsabilidad social han evolucionado, a inicios del siglo XX las empresas y personas millonarias aportaban al bienestar de la comunidad más necesitada por medio de actos filantrópicos. Hasta el enfoque actual del siglo XXI basado en un compromiso que las organizaciones adhieren a sus principios y valores de manera voluntaria para realizar y cumplir con buenas prácticas responsables que ocasionan un cambio positivo para el medioambiente y la comunidad que le rodea, permitiéndole contribuir con el desarrollo sostenible para las próximas generaciones. De acuerdo con Madroñero et al. (2018) la verdadera sostenibilidad tiende a mejorar la relación entre la sociedad y mantener el entorno natural con un mantenimiento constante de sus recursos, asegurando también que el recurso económico aporte a mantener una adecuada vida de calidad.

Mientras que para Rojas et al. (2020) mencionan que la responsabilidad social de las organizaciones no se trata solamente de recibir utilidades, pues debe haber un equilibrio entre el bienestar de la sociedad y la empresa, que le permita mejorar o fortalecer el vínculo con su entorno social por medio del apoyo a su comunidad y viceversa, realizándose por medio de aspectos; legales, ambientales, morales y éticos.

Según Orosco (citado en Fonseca et al., 2022) la responsabilidad social, se desempeña para dar solución a inconvenientes que se han generado en los niveles; ambiental, económico y social, precautelando que se mantenga un respeto por los derechos legales y normas, que sean para beneficiar a los niveles mencionados y otros factores.

Para la Comisión de las Comunidades Europeas (2001, citado en Vidal Barba, 2023) menciona que la RS es considerada como la participación intencionada, donde las organizaciones se preocupan por los inconvenientes ambientales y sociales ocasionados por sus actividades comerciales y la interacción con su comunidad.

Mientras que Sulbarán (2005, citado en Gutiérrez y Prieto, 2022) opina que, implica un proceso en el que las organizaciones se convierten en entidades más conscientes de las consecuencias sociales y son capaces de complacer las necesidades de una sociedad.

La responsabilidad social ha tenido diversas definiciones, que se basan en la adopción voluntaria de prácticas responsables para realizar en las organizaciones que le permita mejorar sus actividades y minimizar el daño que causan a su entorno social y medioambiental.

Mientras que para Burgos Romero (2018) las variadas definiciones de responsabilidad social se destacan por integrar un respeto por sus valores éticos, personas, comunidades y medio ambiente.

En ese contexto el consumidor busca satisfacer sus necesidades e intervenir en el desarrollo de una empresa responsable de sus decisiones e impactos, ya que están interesados en conocer si sus prácticas internas son responsables y adecuadas para generar un producto o brindar un servicio (Echeverría Ríos et al., 2018).

2.2.2. Prácticas responsables

Las organizaciones que tratan de responder y asumir con responsabilidad los impactos negativos que sus actividades producen, toman como decisión incorporar prácticas responsables que serán ejecutadas por todos sus integrantes que buscan contribuir positivamente al bienestar social, ambiental y económico. Además de permitirle respetar y solventar las necesidades que presenten sus partes interesadas o grupos de interés, para convertirlas en ventajas competitivas, que puedan colaborar con la comunidad y el medioambiente en la solución de dificultades.

Pues al implementar prácticas responsables que vinculen las necesidades o intereses de sus partes interesadas, las organizaciones estarán comprometidas a mejorar su relación con éstos. No por obligación, mejor considerarlo necesaria y apropiada, ya que permite conocer las prácticas que puede hacer la compañía para aportar una mejor relación.

Según Ormazá et al. (2020) las prácticas responsables que llegan a realizar las grandes organizaciones son respetadas e importantes, pues se destacan al recibir

instrucciones impuestas por una matriz, mientras que las PYMES, suelen cumplir con prácticas responsables poco técnicas que se desarrollan naturalmente, debido a que mantienen un vínculo cercano entre sus trabajadores y la sociedad, esto ha permitido conocer inconvenientes sociales y ambientales que suceden en su entorno de una manera empírica.

De acuerdo con Moreno y Graterol (2001, citado en Acevedo et al., 2019) las organizaciones responsables con su entorno medioambiental y social reconocen la importancia de asumir un comportamiento organizacional que reúne las perspectivas de sus grupos de interés. Ya que así, toda organización estará cooperando en el progreso sostenible de la comunidad, precautelando que la identidad de la empresa esté ligada a realizar buenas prácticas responsables.

En este contexto ninguna empresa puede ser solo vista solamente como una organización generadora de dinero, de acuerdo con Orozco y Arboleda (2018) mejor se la debe considerar un agente comprometido en la contribución de la sociedad y capaz de dar soluciones a aquellos problemas ambientales y sociales, permitiéndole participar en su entorno para que este sea mejor.

Los integrantes que forman parte de una organización deben respetar a la sociedad y el medioambiente, pues será de beneficio para su desarrollo mutuo. Para Labrunée (2018) el desarrollo, facilitará la convivencia en un ambiente próspero, que beneficiará a la vida de todos sus integrantes.

Se debe destacar también que el recurso más importante de cualquier organización son sus trabajadores, pues a través de estos se puede gestionar las prácticas responsables, de acuerdo con Martín (2020) sin capital humano las empresas no tendrían la necesidad de existir, debido a que por medio de sus individuos se cumplen con prácticas que tienen como objetivo satisfacer a sus consumidores.

Además, los valores y principios que adoptan las empresas y que deben cumplir sus empleados, serán un punto clave para reconocer que prácticas responsables se consideran adecuadas de realizar, esto le permitirá conservar una adecuada relación con la sociedad que puede llegar a considerarla una empresa preocupada de realizar

prácticas responsables que causen un buen impacto para la comunidad y el medio ambiente.

2.2.3. Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa

La responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC) son términos que a menudo se utilizan indistintamente para referirse a las prácticas y estrategias que las empresas adoptan para abordar su impacto con la sociedad, el medio ambiente y económico.

Según Wulf Betancourt (2018) considera que la RSE o RSC han surgido como un concepto esencial en la gestión contemporánea. Aunque existen diversas definiciones en la literatura, en términos generales, se entiende como un enfoque amplio que abarca iniciativas destinadas a abordar dificultades sociales y a interactuar con diversos actores en la sociedad para aportar con una solución responsable.

Para Ávila y Cedeño (2020), definen a la RSE como una táctica empresarial para fomentar el crecimiento humano de manera sostenible y responsable, generando un compromiso de confianza entre las partes involucradas, basada en tres aspectos elementales; el respaldo hacia la sociedad, la conservación de la naturaleza, y mejorar las condiciones del trabajo. Con el objetivo de optimizar las condiciones de las organizaciones y sean capaces de responder de manera segura y competente ante los impactos negativos que puedan suscitarse.

La RSE se ha transformado en una nueva manera de mantener un negocio, pues, es esencial para producir bienes o brindar servicios bajo una responsabilidad en sus operaciones que buscan ser sustentables para próximas generaciones, tanto para la sociedad, lo económico y ambiental, sabiendo reconocer necesidades que presenten sus partes interesadas, pues, está estrechamente relacionado con brindar respeto a las personas y el medioambiente bajo valores éticos que conlleven un desarrollo oportuno de la comunidad y la naturaleza (Cajiga Calderón, s/f).

Según Ruiz (2013, citado en Olaya et al., 2018) asegura que “La RSE comprende aspectos internos y externos, los primeros orientados hacia la empresa y los

segundos, a los clientes, proveedores, familias de los trabajadores, vecindad y entorno social y ambiental” (p. 115).

Las empresas que de manera voluntaria son capaces de vincular y adaptar prácticas de RSE dentro de sus operaciones serán las más idóneas para brindar soluciones y favorecer el bienestar de sus integrantes internos y precautelar a los grupos externos.

Según El Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (citado en Ayala del Pino, 2021) afirma que la RSE es “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general solo para contribuir a la mejora en la calidad de vida” (p. 180).

Para Ayala del Pino (2021) la RSC que han llegado a establecer las organizaciones, son el resultado de incorporar de manera responsable un grupo de obligaciones legales y éticas, basadas en normas nacionales e internacionales, con y para todos los integrantes de las empresas. Pues, se ve reflejada en los impactos sociales, medioambientales, laborales e incluyendo los derechos humanos que han sido componentes clave de la RSC, para tomar en consideración a sus partes interesadas, que permiten modificar la gestión de las actividades.

Para la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA (2004, Citado en Uribe, 2018) menciona que la RSE representa la asignación no obligatoria de las empresas para contribuir al progreso de la sociedad y la conservación del entorno natural, considerando tanto su estructura organizativa como su responsabilidad ética hacia las personas y comunidades con las que se relaciona.

Es entonces que las definiciones de RSE o RSC están enfocadas en buscar el bienestar de las organizaciones para realizar sus actividades de manera responsable asumiendo un compromiso de apoyo a sus partes interesadas sean internas o externas. Ya que, las organizaciones multinacionales hasta los pequeños negocios consideradas PYMES pueden incrementar buenas prácticas responsables destinadas a contribuir con beneficios ambientales, sociales y económicos, además

de brindar una mejor perspectiva de su imagen y prestigio, realizando un cambio en el entorno donde están operando.

2.2.4. Beneficios de la responsabilidad social

Aquellos beneficios que puede generarse al ser una empresa que actúa con una responsabilidad social, son las siguientes: permite elevar la imagen y prestigio de las empresas, le agrega un valor único, apoya la entrada a nuevos sectores en el mercado donde opera la organización, mantiene la lealtad de los clientes existentes y amplía las posibilidades de atraer a nuevos, potencia la innovación, refuerza la confianza en las acciones emprendidas por la organización, mejora el bienestar de los empleados mediante la aplicación de medidas acordadas (Fundación ASISPA, 2020).

2.2.5. Desventajas de la responsabilidad social

Algunas desventajas que pueden aparecer en el transcurso de la implementación de prácticas RS, según Hartman (2013, citado en Cujilema et al., 2019), es el costo que puede generar la incorporación de programas de RS, pues esto conlleva un monto de dinero destinado a patrocinar eventos sociales y donaciones de productos que no podrían ser reembolsables a un periodo corto de tiempo, a pesar de que las empresas pueden ser conscientes de la buena imagen que estos actos pueden resultar a largo plazo. Así mismo el autor menciona que el escrutinio que pueden recibir las empresas es resultado de críticas recibidas por parte de la competencia, sus propios clientes y críticos externos.

2.2.6. Teorías de Responsabilidad Social

Las teorías presentadas por Garriga y Domenec en su trabajo de 2004, son el resultado de sintetizar diversas teorías y enfoques en cuatro grupos: Teoría instrumental; las empresas están enfocadas en la generación de riqueza que solo ven como un instrumento a la RSE y la utilizan como una ventaja hacia sus competidores, pues los accionistas buscan incrementar las ventas. Teoría política; la empresa influenciada con poder, debe considerar de manera responsable y con preocupación a la comunidad local, para fomentar su desarrollo, y el del medio ambiente. Teoría integradora; las empresas toman en consideración aquellas

demandas de sus grupos de interés para ser integradas y lograr ser reconocidos ante la sociedad con prestigio. Teoría ética; basada en comportamientos responsables por parte de la empresa hacia su entorno, tomando en cuenta que los derechos son universales (Guambo Guambo, 2018).

2.2.7. Responsabilidad Social Interna y Externa

De acuerdo a la Comisión de las Comunidades Europeas (2001, citado en Romero Palacios, 2019) clasifica a la RS como interna y externa.

Responsabilidad social interna: Dentro de cualquier organización la realización de prácticas responsables representa un beneficio que prioriza al empleado y el medio ambiente, pues permite formar un ambiente laboral que sea óptimo y propicio, procurando que el bienestar del empleado no se vea afectado por malas prácticas, tratos o desmotivaciones que puede suceder internamente en la empresa, y considera la adecuada utilización de los recursos que sirven para cumplir con procesos de producción.

Considerando cuatro aspectos:

- (a) Salud y seguridad en el trabajo: Las organizaciones deberán acoplar acciones que garanticen el bienestar del empleado como el de su empleo, a través de normas que promueva su salud y seguridad.
- (b) Gestión de los recursos humanos: Permitir la formación continua de los empleados por medio de capacitaciones, además de generar igualdad de oportunidades entre los miembros, así mismo se debe negar actos discriminatorios sean sexuales, étnicos, religioso, etc. Para que el rendimiento de sus funciones sea de la mejor manera y permita un adecuado ambiente laboral.
- (c) Gestión del impacto en el medio ambiente y los recursos naturales: Los procesos productivos que se llevan a cabo en las empresas, genera basura o desperdicios que necesitan ser desechados conscientemente en lugares adecuados que puedan ser tratados de la mejor forma y si es posible que sean convertidos en objetos renovables y su contaminación con el medioambiente pueda ser menor. También se puede minimizar el consumo

de sus recursos, así como los gases que pueden producirse por usar químicos en la producción de sus productos o al prestar un servicio.

- (d) Adaptación al cambio: La empresa debe ser capaz de adaptarse y responder de manera óptima a una reestructuración en donde los factores globalizados imponen sus avances tecnológicos y del mercado, para que puedan evitar despidos de personal, la baja de sus sueldos, y otras.

Asumiendo esta responsabilidad social interna se obtendrá un adecuado resultado que se verá reflejado en la calidad del producto o prestación del servicio, aumentando el rendimiento de producción de las empresas con relación a sus trabajadores pues al estar motivados y altamente capacitados podrán desarrollar con eficiencia sus actividades.

RSC Externa: Trata de mejorar la relación que deben mantener las organizaciones con agentes externos y demás interlocutores en el entorno social donde se relacionan, también compromete a la gestión medioambiental y factores externos que son de importancia en la localidad de la empresa como:

- (a) Las comunidades locales: Son consideradas como beneficiarios, debido a que las empresas, son capaces de otorgarles un puesto de trabajo, pero teniendo en cuenta que deben operar con responsabilidad para causar el mínimo impacto y que no perjudique a su salud y prosperidad.
- (b) Los proveedores, socios comerciales y consumidores: Al momento de implantar acciones sociales, se debe considerar que aquellos grupos de interés externos con los que se tiene relación serán afectados de igual manera que la empresa, lo que puede resultar en beneficios para todas las partes interesadas.
- (c) El problema ecológico mundial: Al conocer que el medio ecológico del mundo o país está en constante amenazas de sufrir impactos de contaminación, es oportuno que las empresas adopten y presenten nuevas propuestas para contrarrestar el cambio ambiental mundial.
- (d) Los derechos humanos: Será obligación corresponder en la creación de códigos y ser correspondido con el cumplimiento de los mismos, para

permitirles actuar de manera respetuosa entre personas, pues deben respetar los derechos, para no cometer ningún delito en contra de éstos.

2.2.8. Grupos de interés

Llamados también partes interesadas, a las que se les consideran personas u empresas que pueden verse comprometidas por las acciones que cumple una empresa para lograr cumplir sus objetivos (Acuña et al., 2019).

Estos grupos están vinculados desde el inicio en el que operan las empresas y a los cuales se les debe reconocer la importancia para el subsistir de la misma. De acuerdo con Freeman (1984, citado en Bencardino, 2023) considera que es “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o verse afectado por el cumplimiento de los objetivos de la organización” (p. 14).

Para González Masip (2018) estos grupos de interés conforman un componente crucial en la interacción de las organizaciones con su entorno operativo ya que le permite cumplir con sus metas económicas, permitiéndoles existir por un largo tiempo en el mercado local.

Estas partes interesadas comparten una vinculo esencial con las organizaciones. Según Barrera Silva (2020) menciona que, estan clasificados por un primer nivel en el que se encuentran los grupos internos conformados por los empleados, el sindicato y inversores; en un segundo nivel, los grupos externos constituidos por las comunidades, los proveedores y clientes.

Es importante reconocer que estos grupos internos son el motor de la empresa. A su vez, los grupos externos no pueden ser excluidos pues permiten que la compañía pueda generar una mejor relación con ellos.

Para Ayala del Pino (2021) la clasificación que brinda de los grupos de interés está estructurada por los primarios, que se caracterizan porque muestran derechos otorgados por la empresa y son reconocidos oficialmente por la misma; lo conforman sus empleados, accionistas, usuarios. Así mismo, menciona que los secundarios, se caracterizan por no poseer derechos ni tampoco están respaldados legítimamente por la empresa, si necesitan basarse en alguno, lo hacen en base a la moral o ética y está conformado por la comunidad o sociedad, los adversarios o

competencia, las administraciones públicas, el medio ambiente, proveedores y clientes.

De acuerdo a Lozano (2004, citado en Barrera Silva, 2020), considera que la responsabilidad social deberá tener la capacidad de atender las peticiones de las partes interesadas y emprender acciones para preservar el medio ambiente o combatir la exclusión social, pues son requisitos que cualquier organización debe satisfacer para ser considerado una organización que se preocupa por cooperar con soluciones responsables.

Las empresas que realizan prácticas con responsabilidad social, consideran como parte esencial a las partes interesadas, pues, es primordial primero ser responsables con sus empleados, proveedores, clientes y comunidades, inclusive antes que sus dueños o propietarios (Moguel Liévado et al., 2021).

2.2.9. Modelo de Responsabilidad Social

Un modelo de responsabilidad social empresarial puede ser diseñado y aplicado para todo tipo de organizaciones considerando que, cada una desempeña actividades distintas y sus necesidades varían, pues, algunos modelos se diseñan para ser incorporados de manera específica en áreas que necesitan una responsabilidad social.

De acuerdo a Ormaza Andrade et al. (2021) los modelos de responsabilidad social son elaborados de distintas maneras considerando que son “aplicable a todo tipo de organización, cualquier actividad o país, pues ayuda a valorar y comparar su contribución al desarrollo sostenible” (p. 212).

Por ejemplo, los siguientes modelos de RS son elaborados por distintos autores que han considerado realizarlos de acuerdo a sus necesidades y sus expectativas cambiantes, pues, cada modelo puede tener una similitud en su estructura, pero su desarrollo será diferente, sin embargo, todos tienen el propósito de proporcionar prácticas responsables que beneficien a su gestión empresarial, y contribuyan con beneficios a la comunidad y entorno natural.

Modelo dinámico de gestión de la RSC: Este modelo es propuesto por Barrio Fraile (2018) que recoge distintas etapas de diversos modelos, que expresa seis fases distribuidas en:

- (a) La evaluación del entorno; permite realizar una inspección de la empresa, para poder comprender cuales son los grupos de interés internos que necesiten ser beneficiados. Pues es preciso conocer sus perspectivas, necesidades e intereses, para que se puedan ser seleccionados aquellos prioritarios. Solo así se puede llegar a una relación ganar-ganar.
- (b) La planificación; una vez identificados los intereses de los grupos internos, es necesario que el plan disponga de objetivos desarrollados considerando su misión, visión y valores. Consecuentemente se deberá plantear una o varias estrategias de ser necesarias, lo que permitirá seguir una meta para posteriormente tomar acciones socialmente responsables. Pues solamente quedaría establecer programas y acciones que se deseen llevar a cabo mediante la aplicación de un plan de acción.
- (c) Implementación; permite llevar a ejecución el plan de acción establecido, en el que se deberá definir la persona designada que lo llevará a cabo.
- (d) Seguimiento y Control; será importante que la empresa pueda instaurar indicadores que le permitirá conocer el porcentaje de cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados, pues será necesario entender la evolución de esos objetivos por medio de un cuadro de mando de RSC.
- (e) Comunicación; esta fase consta de dar a conocer todo el proceso que ha conllevado el logro de las actividades propuestas para el cumplimiento del plan de RSC, tanto para sus miembros internos a través de reuniones. Y para comunicarse con el exterior se pueden presentar por medio de una memoria de RSC o noticias en los medios de comunicación.
- (f) Y el Feedback; la fase final en la cual se establecen medios de recolección de datos sea cuantitativos o cualitativos, pues estos permitirán conocer si existe un beneficio por parte de las partes interesadas.

Modelo de intervención interna: Pensado para corregir o mejorar las situaciones negativas que pueden estar presentando las áreas internas de una empresa.

Para Acosta (2021) se debe proponer un plan estratégico que examina primero la situación actual de la empresa para luego formular objetivos estratégicos que permitan alcanzar su visión, incentivando el diseñando proyectos en base a cada principio de RS, centrándose en convativir las áreas débiles de la compañía.

Pues al realizar un análisis interno, las organizaciones están expuestas a encontrar falencias en el área examinada. Para dar respuesta o solución al problema encontrado, por lo cual se lo puede relacionar con un modelo correctivo y preventivo que debe ser estructurado en base a mitigar las debilidades que se encuentren.

Modelo estratégico de RSE: Lo que propone Arroyo y Yesquén (2015, citado en Farinango y Mera, 2022) es una representación diseñada por autores como Burke y Logsdon, formado por seis fases:

- (a) Análisis del entorno; Es necesario conocer el respeto que deben tener las empresas u organizaciones al medio ambiente, esto le permitirá ser visible en el entorno legal, ya que puede mejorar la perspectiva que mantienen sus partes interesadas por las contribuciones ambientales que puede aportar.
- (b) Análisis interno; Se considera que, para implementar una política interna que este orientada con RSE, se requiere que primero sea dialogada con los grupos de interés internos, pues es preciso conocer aquellos pensamientos que los empleados pueden aportar, para así poder mejorar las políticas internas que se pretenden crear.
- (c) Misión estratégica; Establecida a partir de entender que el compromiso sostenible de la empresa deba ser de manera global.
- (d) Formulación de la estrategia; Las organizaciones deberán disponer de una estrategia de RSE, la cual deberá ser personalizada y estar creada con base en las políticas con las que se manejen.

- (e) Implementación de la estrategia; Planeada la estrategia, será desarrollada dentro de la organización, la misma deberá ser bajo operaciones definidas y revisadas para que su cumplimiento sea correcto.
- (f) Competitividad estratégica y rendimientos medios; Esta fase final está destinada a revelar si la implementación de la RSE supo mejorar su progreso en la competitividad.

Triple cuenta de resultados: El modelo es conocido por sus siglas (TBL y 3BL) o por su definición del inglés como triple botton line que fue propuesto en el año de 1994 por Elkington, para empresas que buscan una relacion equitativa entre tres dimensiones importantes; la igualdad social, el cuidado mediambiental y desarrollo económico. Estas tres dimensiones son la base para evaluar el desempeño o rendimiendo en las empresas lo que permitirá fomentar un desarrollo sostenible por medio de un informe (Gamboa et al., 2022).

Los indicadores de cada dimensión, permitirán medir los resultados que ha desarrollado una organización por ejemplo en lo económicos; Ingreso del personal. Sociales; Ingreso promedio de familia. Ambientales; Consumo de combustible (Saá Loor et al., 2020).

Según Plasencia et. (2018) menciona que la dimensión económica se comprende por elementos como; los gastos, los ingresos, la producción y otros aspectos financieros. La dimensión social abarca asuntos relacionados con el bienestar de los empleados, la protección de los clientes o consumidores, entre otros. Mientras que la dimensión ecológica comprende aspectos referentes a la utilización del recurso natural como la energía, el agua y materiales organicos, de tal forma que se preserve y proteja la biodiversidad de hábitats naturales.

2.2.10. Norma ISO 26000

Se refiere a la obligación de cualquier tipo de organizacion para abordar con soluciones a las consecuencias sociales y ambientales causados por sus desiciones, mediante transparencia y la adopción de un comportamiento ético. Según la Norma ISO 26000 (2010, citado en Acevedo Sanchez et al., 2019) indica que las organizaciones deben: fomentar el progreso sostenible, abarcando aspectos como

el bienestar y salud de la comunidad, considerando las expectativas de las partes involucradas; acate y cumpla con las leyes permitiéndole ser congruente con estándares internacionales de conducta.

De acuerdo a la Norma ISO 26000 (2010, citado en Tapia et al., 2018) menciona que la RS son las acciones emprendidas por las organizaciones en beneficio de la sociedad, en particular aquellas dirigidas a salvaguardar el entorno natural, siendo realizadas de manera ética y transparente, destinadas a contribuir al progreso sostenible, al bienestar de la sociedad considerando las necesidades de las partes interesadas, y que esten en total conformidad con la legislación y regulaciones internacionales aplicables para mejorar las relaciones sociales.

A través de sus siete principios da la guía necesaria para que las organizaciones, tomen las correctas medidas que le ayude para cubrir o reducir el impacto negativo que provocan sus decisiones en la comunidad y medioambiente. Es fundamental que las compañías sean transparentes a través de las acciones que realicen sus miembros, al mantener un buen comportamiento ético permitira cumplir con responsabilidad sus actividades (González Buitrago et al., 2021).

Para poder reconocerse como una institución responsable, es necesario regirse bajo esta norma, pues no se aplica simplemente en empresas gigantes que generan millones de dólares y que están conformadas por cientos de trabajadores, pues también es para organizaciones de menor tamaño e impacto, además cabe recalcar que el aporte que le brinda a sus grupos de interés, contribuirá con el paso de tiempo, mejorando en la calidad de vida de estos.

2.2.11. Principios de la ISO 26000

La norma contiene siete principios que están destinadas a impulsar un adecuado desempeño de actividades para cualquier organización, el medio ambiente y la comunidad, y mejorar la toma de decisiones. Según la norma Iso 26000 (citado en Machado Moscoso, 2021) son:

- (a) Rendición de cuentas: La organización es responsable de emitir con responsabilidad un informe dirigido a autoridades competentes y ante la sociedad, sobre las decisiones que han causado negativamente un impacto

involuntario en la comunidad, la economía y naturaleza, precautelando que no vuelvan a suceder.

- (b) **Transparencia:** Las actividades e información interna que lleven a cabo las organizaciones, deberá ser presentada de una manera precisa y realizada de manera transparente, pues permitirá tener un conocimiento claro del desempeño que se está teniendo en el entorno natural y la comunidad para sus grupos de interés
- (c) **Comportamiento ético:** Las empresas procuran mantener una conducta de valores honestos, con integridad y equidad, que permitirán establecer un trato de respeto por su entorno, a más de reducir su impacto negativo para mejorarlo.
- (d) **Respeto a los intereses de las partes interesadas:** La importancia de reconocer las necesidades e intereses que tienen los individuos que se relacionan con la organización, le permitirá mantener una relación de respeto, pues no trata de afectar a sus intereses.
- (e) **Respeto al principio de legalidad:** Pues trata cumplir con todos los requisitos de ley que son establecidos por un marco legal, no deben ser desobedecidos pues la importancia radica en cumplirlos de manera concisa y no actuar fuera de lo legal.
- (f) **Respeto por la normativa internacional de comportamiento:** Es fundamental que todo tipo de organizaciones estén comprometidas a desempeñar y cumplir con respeto esta norma internacional.
- (g) **Respeto por los derechos humanos:** Todas las organizaciones deben tener claro que el respeto por estos derechos debe cumplirse de manera universal y no deben ser abolidos para obtener beneficios de manera ilegal.

Si estos siete principios son abordados por las empresas que, de manera intencional han de cumplir con prácticas socialmente responsables, ayudarán a establecer una base sólida interna entre sus integrantes, respetando y entendiendo que los siete principios buscan una sociedad responsable de sus actos y decisiones, que le

permita satisfacer sus necesidades y la de sus partes interesadas de manera transparente precautelando que las generaciones del futuro no se vean afectadas.

2.2.12. Principio de Comportamiento Etico

Además de ser un principio de la Norma ISO 26000, que propone realizar las actividades de cualquier tipo de organización con un comportamiento ético, que procure respetar a todo ser vivo incluido la naturaleza en base valores éticos, para mejorar sus prácticas responsables y sea capaz de contribuir con sus partes interesadas. Permite también el respeto mutuo entre las personas y empresas, para que puedan actuar de manera ética al ejecutar cualquier actividad que traiga consigo una buena reputación, promueve la seguridad, la honradez, la justicia en las relaciones personales y para tomar decisiones cumple una característica significativa que puede traer consigo un buen ambiente laboral.

Es fundamental mantener una adecuada integridad personal, para construir relaciones sólidas y promover un entorno social adecuado, en el que los principios y valores ayudan a las personas a determinar lo que está bien y lo que está mal en diferentes situaciones.

2.2.13. La ética

La ética ha permitido identificar los actos correctos e incorrectos basándose en las normativas morales establecidas por la sociedad para mantener vínculos entre los actores que conviven entre sí, por medio de un grupo de normas, principios y valores que permiten mantener un comportamiento adecuado (Arroyo Chacón, 2018).

La ética personal es individual y netamente estructurada en base a criterios propios que ha influenciado en su comportamiento con la sociedad, siendo guiados por sus valores personales. Por lo cual, cada integrante de las organizaciones puede inferir que está bien o mal cuando realiza sus actividades y toma decisiones.

2.2.14. La ética profesional

Según Hirsch Adler (2019) menciona que, las normas éticas particulares se aplican exclusivamente para aquellos individuos que desempeñan roles específicos, como

ciertas posiciones, empleos o profesiones, pues, cuando las personas pertenecen a una profesión, aceptan de manera explícita o implícita seguir los principios éticos que rigen dicha profesión.

Según Bolívar (2005, citado en Pérez, 2019) menciona que, para actuar de manera ética en el ámbito profesional, es fundamental primero ser un individuo que actúa con ética en todos los aspectos personales.

En el caso de los profesionales deberán regirse por la ética profesional para desempeñar su trabajo de la mejor manera. La importancia para realizar su trabajo y brindar soluciones, puede generar que las actividades generalmente deban ser evaluadas para determinar bajo que estándares morales y responsabilidad se rigen, esto le permitiera mantener un comportamiento profesional con su entorno.

El argumento de Pérez (2019) afirma que la ética profesional se desarrolla bajo normas éticas que los profesionales deben mantener con sus consumidores, con la comunidad y con otras entidades.

Con lo anterior mencionado, las empresas se verán beneficiadas por contar con estos profesionales, ya que le permitirá sobresalir entre sus similares, pues ayudarán a resolver situaciones que las demás no son capaces de hacerlo, a través de sus principios y normas éticas, brindan un asesoramiento para dar fin a inconvenientes empresariales de conducta y moral.

2.2.15. Ética Organizacional

La ética organizacional que adoptan las empresas se basa en valores éticos que permite a sus empleados mejorar su rendimiento y estén motivados, ocasionado por su cultura organizacional (Arroyo Chacón, 2018).

Además, una adecuada ética organizacional es esencial para mejorar la reputación y la sostenibilidad de las organizaciones, ya que le permitirá alcanzar el éxito por un largo tiempo. Considerando que todas las organizaciones están expuestas a enfrentar inconvenientes internos, producidos por sus integrantes que realizan actos indebidos en la ejecución de los procesos operativos; esto ha generado que las organizaciones sepan reconocer cada proceso y puedan ser gestionados por un mapa

de procesos, que permita realizar sus actividades sin ningún imprevisto ni inconveniente en el desarrollo del servicio o producto.

En el caso de que las organizaciones no cuenten con una adecuada gestión en sus procesos, su ética organizacional se verá afectada pues la convivencia laboral podría convertirse en un ambiente de discriminación, acoso entre compañeros, prácticas egoístas, corrupción por compartir información de confidencialidad a la competencia, lo que causaría la pérdida de ganancias y ventajas sobre los demás.

2.2.16. El código de ética

La herramienta que permitirá guiar la conducta de una empresa y sus empleados es un código de ética, que impulsa a todos los integrantes a desempeñar sus funciones de manera correcta a través de normas, valores y principios que se espera de las personas cuando toman decisiones e interactúan entre ellos, los clientes, usuarios u otros.

Los beneficios que puede traer su implementación van a permitir que; fortalezca la confianza interna de los miembros pues confían en que la organización se rige por principios éticos, también permite reducir riesgos de prácticas anti éticas y conflictos internos, mejora el compañerismo y previene el riesgo de sanciones legales y multas. Externamente, clientes y otros grupos de interés externos confían en la integridad de la organización, lo que mejora su reputación e imagen.

Cabe mencionar que los principios, valores y compromisos se plantean para ser cumplidos en su totalidad o no ser cumplidos. Según Alexy (1986, citado en De Fazio, 2019) “Esto quiere decir que son normas que ordenan que algo sea cumplido en la mayor medida posible, de acuerdo con sus posibilidades fácticas y jurídicas” (p. 314).

2.3. Marco Conceptual

Impacto social

Se refiere a los efectos, resultados o consecuencias que las acciones de una persona, organización, proyecto, programa o iniciativa tienen en la comunidad y en el medio ambiente.

Responsabilidad Social

Guía que busca guiar y equilibrar los intereses sociales, económicos y medio ambientales en la gestión de la empresa, para aportar con beneficios.

PYMES

Empresas que tienen un tamaño más pequeño en comparación con las grandes corporaciones. Se caracteriza por su reducido número de ingresos, activos y empleados.

Desarrollo

Es un proceso amplio y complejo que implica cambios que permiten mejorar de la vida humana, incluyendo lo económico, social, político, tecnológico, cultural e inclusive el medio ambiente.

Sostenibilidad

Se refiere a la satisfacción adecuada de las necesidades actuales pueden ser sociales, ambientales y economicos, para no complicar las de proximas generaciones.

Sustentabilidad

Uso y preservación responsable de recursos naturales, y promoción de prácticas y estilos de vida que reduzcan o eviten causar consecuencias negativas a la sociedad y el medio ambiente.

Plan de acción

Instrumento que le permite a las organizaciones, poder cumplir con objetivos, metas y actividades pre establecidas en un determinado tiempo, en el que se debe asegurar su cumplimiento.

Medio ambiente

El medio ambiente se refiere a todos los componentes bióticos y abióticos en el cual todos nos relacionamos.

Actividad

Capacidad de las personas en producir acciones y tareas, que por medio de un proceso logren obtener un objetivo

Filantropía

Es actuar de manera voluntaria con la intención de brindar ayuda a otros y apoyar al bienestar general, tratando de abordar problemas sociales, amparar causas específicas y promover el desarrollo social para contribuir una mejor vida.

Comportamiento ético

Actuar de una manera que sea considerada aceptable desde una perspectiva ética, respetando los estándares de conducta

Compromiso Sostenible

Es una asignación voluntaria u obligada que adquiere una persona, empresa, organización o gobierno para cumplir de manera responsable una meta, obligación, acción o tarea que promueva un desarrollo sostenible que minimicen los impactos para la comunidad y medio ambiente, de manera que contribuyan al bienestar de las generaciones actuales y venideras.

Equidad

Justicia e imparcialidad en la repartición de recursos y beneficios, oportunidades entre individuos, independientemente de sus diferencias y circunstancias individuales.

Integridad

La integridad se refiere a la calidad de ser íntegro, honrado, coherente en la conducta y en los principios éticos.

Mapa de procesos

Se considera un instrumento útil en la gestión empresarial que permite visualizar y comprender cómo funciona una empresa u organización, mediante una representación gráfica que muestra cómo se realizan las actividades y las tareas, que le permita identificar áreas que necesiten de mejora y optimización de los procesos.

Cultura organizacional

Conjunto de normas, valores, comportamientos, actitudes y creencias que diferencian a las organizaciones, pues cada una ópera de manera diferente.

Transparencia

La transparencia se refiere a la cualidad de ser claro, accesible y abierto en la comunicación y en las acciones. pero en general implica proporcionar información de manera honesta y comprensible, permitiendo que otros entiendan claramente lo que está sucediendo.

Políticas

Proporcionan orientación a los empleados de la organización sobre cómo deben abordarse ciertas situaciones o comportamientos.

Principios

Los principios son declaraciones fundamentales y generales que rigen el pensamiento y acciones en diferentes contextos.

2.4. Marco Legal

2.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Registro oficial 449

TITULO II “DERECHOS” Sección segunda del Ambiente Sano en su Art.

14- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Capítulo sexto “Derechos de Libertad” en su Art. 66- menciona que “Se reconoce y garantiza a las personas: (...), 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

TITULO VI “RÉGIMEN DE DESARROLLO” En su Art. 277- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.
2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.
4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.
5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.
6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

El Art. 278- menciona que “Para la consecución del buen vivir, a las personas y sus diversas formas organizativas les corresponde: (...), 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

2.4.2. LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL (LOTTTSV)

Registro oficial 398

Art. 2- menciona que: La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales:

1) Principio de equidad.- El acceso a las infraestructuras y servicios del transporte a nivel nacional se lo hará con enfoque de igualdad y con respeto a los grupos de atención prioritaria.

2) Principio de libre movilidad.- Toda persona tiene derecho a transitar libremente, priorizando su integridad física, mediante los diferentes modos de transporte reconocidos en la Ley.

3) Principio de desarrollo sostenible.- El desarrollo del transporte en el país procurará un equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y sociales. (LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, 2008)

Art. 54- Aspectos de atención en la prestación del servicio de transporte terrestre menciona que la prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos: a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores adolescentes, niñas y niños; b) La eficiencia en la prestación del servicio; c) La protección ambiental; d) La prevalencia del interés general por sobre el particular; y, e) Tarifas técnicas, justas y equitativas para la ciudadanía y las operadoras de transporte público y comercial. (LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, 2008)

Art. 57- Servicio de Transporte Comercial: Considerado así porque se presta a terceras personas un servicio de transporte a cambio de una compensación

económica, procurando que no sea servicio colectivo o masivo. Cabe mencionar que si se desea operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, el servicio de taxi será exclusivamente para transitar en el territorio ecuatoriano (LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, 2008).

Art. 77 Definición de operadoras de transporte menciona que se constituye una operadora de transporte terrestre, toda persona jurídica, sea cooperativa o compañía, que, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos de esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable, haya obtenido legalmente el título habilitante para prestar el servicio de transporte terrestre en cualquiera de sus clases y tipos (LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, 2008).

2.4.3. RESOLUCIÓN PERMISO DE OPERACIÓN

Concesión de Permiso de Operación de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

En uso de las atribuciones que se le otorga el literal c) del artículo 30.5 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, resuelve: Conceder el Permiso de Operación a favor de la COMPAÑÍA que operará bajo la modalidad de transporte comercial de TAXI EJECUTIVO, cuya denominación es “COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.”, la vigencia del presente está establecida en el Art. 75 del Reglamento de la LOTTTSV, teniendo como sitio de parqueadero el predio ubicado en la Av. Ernesto Che Guevara s/n y calle R17 a doscientos metros hacia el norte de la Universidad Estatal de Bolívar, cantón Guaranda, provincia Bolívar, con una extensión de mil setecientos veinte y cuatro metros cuadrados. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2019)

2.4.4. REGLAMENTO INTERNO

COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.

Art.1- Serán considerados socios de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A. aquellos individuos que cumplieron con los requisitos para ser reconocidos por la ley de compañías para que puedan acatar el reglamento interno (Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres Taxguanujo S.A., 2019).

El **Art. 10** menciona que, para la designación del gerente general, comisario y presidente, la junta general de socios será la encargada de entre todos los socios escoger los responsables de estos puestos, en el caso de no ser así pueden ser elegidos terceras personas que estén comprometidas de aceptar el puesto (Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres Taxguanujo S.A., 2019).

2.5. Marco Georreferencial

El proyecto de investigación se desarrollo en la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, en la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., Calle Av. Ernesto Che Guevara s/n y calle R17.

A continuación se muestra la ubicación de la compañía mediante una captura hecha en Google Maps.

Figura 1. Ubicación de la compañía



Nota: Imagen extraída desde Google Maps

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Investigación Descriptiva

La utilización de la investigación descriptiva, permitió identificar los datos necesarios para partir de la realidad de la compañía formulando interrogantes para conocer el comportamiento, características y situaciones de los aspectos de la problemática

3.1.2. Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica permitió adquirir información teórica por medio de fuentes bibliográficas, artículos, leyes, revistas y demás documentos que tienen relación con las variables, de igual manera los documentos obtenidos por la compañía.

3.1.3. Investigación de Campo

La investigación de campo se ejecutó en las instalaciones de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanajuato Expres TAXGUANUJO S.A., para recolectar información relevante por medio de la observación además de encuestas dirigidas hacia los socios y una entrevista dirigida al señor gerente.

3.2. Enfoque de la investigación

Esta investigación se llevó a cabo mediante los enfoques cualitativos y cuantitativos

3.2.1. Enfoque Cualitativo

Se utiliza este enfoque para hacer un análisis de la información compilada de la entrevista realizada al gerente y las visitas realizadas a la compañía por las fichas de observación, pues la información será relevante para poder mejorar el estado actual del estudio que permitirá conocer las causas del porque la compañía no aplica un modelo de responsabilidad social.

3.2.2. Enfoque Cuantitativo

Se utiliza este enfoque de investigación porque analiza la información recogida de las encuestas aplicadas a los socios de la compañía, para trasladar las respuestas a un análisis de los datos numéricos con tabulación, además de poder comprobar la hipótesis por medio del cálculo del Chi-cuadrado.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Método deductivo

Por medio de este método se pudo recolectar información general de la compañía que ayudo a conocer de forma general la problemática, para crear conclusiones que se generan a partir de lo general a lo particular.

3.3.2. Método Inductivo

Este método, permitió que la información de datos recolectada de la encuesta, sea analizada permitiendo establecer conclusiones para llegar a sus generalidades, es decir de lo particular a lo general.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Se emplearon diversas técnicas de obtención de datos como la entrevista, la observación y la encuesta mediante sus respectivos instrumentos; guía de entrevista, ficha de observación y cuestionario.

Se llevo a cabo **la entrevista**, dirigida al gerente de la compañía con el fin de recolectar información por medio de una **guía de entrevista** con base en doce preguntas abiertas con el propósito de recopilar información relacionada con las dos variables para identificar la falta de un modelo de responsabilidad social.

Al visitar las instalaciones de la compañía la técnica de **la observación** permitió verificar de manera directa el desarrollo de funciones que cumplen los socios de la compañía al igual que el servicio de transporte que ofrece, mediante una **ficha de observación**.

La encuesta, por medio de su instrumento el **cuestionario** de opción múltiple con preguntas cerradas y relacionadas a las variables dependiente e independiente, para

conocer los criterios que consideren adecuados respecto al modelo de responsabilidad social y principio de comportamiento ético.

3.5. Universo, Población y Muestra

3.5.1. Universo

Para esta investigación el universo será la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

3.5.2. Población

La población será finita, pues estará enfocado a quince socios que conforman la junta general de socios, la directiva, personal operativo de la compañía.

Tabla 3. *Cargos de la compañía*

Cargo	Nº	Técnica de recolección
Gerente	1	Entrevista
Presidente	1	Encuesta
Secretaria	1	Encuesta
Comisario	1	Encuesta
Personal Operativos (Conductores)	11	Encuesta
Total	15	

Nota: *Elaboración por autor*

3.5.3. Muestra

Dado que la población es pequeña, se conformará una muestra compuesta por los quince accionistas de la compañía.

3.6. Procesamiento de la Información

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de información, fue necesario procesar la información de las encuestas para tabular y emitir los cálculos y gráficos estadísticos por medio de la aplicación informática Microsoft Excel. Para realizar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

4.1.1. Análisis e interpretación de la entrevista aplicada al gerente.

Una vez realizada la entrevista al gerente la información obtenida, da como resultado que a pesar de tener un conocimiento de responsabilidad social, la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanajuo Expres TAXGUANUJO S.A., no ha implementado un modelo de RS principalmente por la falta de asesoría de un profesional y por no considerarlo como una ventaja competitiva que podría mejorar su desarrollo económico, aunque los principios y valores no están resguardados en un código de ética si sería posible que los socios cumplan con prácticas responsables, a su vez, considera que la motivación para que otras empresas incorporen prácticas responsables es para ser reconocidas por la sociedad y porque las empresas que causan un gran impacto negativo deben ser obligadas darle una solución responsable.

Se identifico que los socios pueden estar realizando prácticas de responsabilidad social de manera empírica tanto con personas internas como externas lo que demuestra que la realización de estas prácticas no está estipulada en algún documento.

Del mismo modo, se identificó que se manejan con un reglamento interno en el que se especifica que tipo de sanciones pude aplicar en el caso de que exista comportamientos éticos inadecuados con sus clientes e inclusive entre socios, y por no cumplir con sus obligaciones o funciones establecidas dicho reglamento.

Alego también que es importante implemente el modelo de RS, pues le permitirá mejorar el rendimiento de sus funciones haciendo que la compañía de taxi sea la única en la comunidad de Guanajuo que sea responsable de sus decisiones para contribuir con a su entorno. Se conoce que el ambiente laboral esta influenciado por el comportamiento ético de cada uno de los socios para realizar sus actividades

correspondientes, esto no quiere decir que el ambiente laboral actual no sea el idóneo para seguir desarrollándolas, sin embargo, al implementar el modelo se espera que el desempeño de las actividades puedan mejorar al asumir con responsabilidad las tareas que lleven a cabo, así como, mejorar con soluciones los inconvenientes internos para que no vuelva a suceder de nuevo. Además, clasifico internamente y externamente a sus partes interesadas conformados por la junta general de socios, el personal administrativo y los conductores que forman parte la compañía, considerando también a los clientes, la sociedad y a la competencia con la cual debería mantener una relación profesional.

Finalmente, si se considera importante reconocer el impacto que un vehículo ocasiona, por lo que un modelo de responsabilidad social le permitirá darle una solución necesaria a su impacto.

4.1.2. Análisis de la ficha de observación

Por medio de la ficha de observación se pudo constatar que, las instalaciones de la compañía poseen un amplio estacionamiento para los vehículos, el mismo está adecuado en dos áreas; aseo o lavado del vehículo y la parada de espera, se evidencio que el orden y aseo en la oficina es notable pero el tamaño es limitado y no posee basureros para realizar reciclaje. También los vehículos de los socios presentan su debida identificación como taxi ejecutivo; color amarillo, el nombre de la compañía y su taxímetro.

Se pudo observar que la compañía posee un reglamento interno donde se especifica las funciones, que deben desempeñar la junta general socios, el gerente, presidente, secretaria y comisario en un documento respaldado, mientras que los valores y principios no estuvieron resguardados con un documento que los valide.

También se observó que los socios presentan un conocimiento empírico no alejado de la realidad del tema, en una reunión que se mantuvo con ellos mientras se socializaba el tema del proyecto.

Además, se pudo evidenciar que el servicio de transporte es rápido, seguro, confiable, amable y los vehículos son aseados.

4.1.3. Resultados de la Aplicación de la encuesta

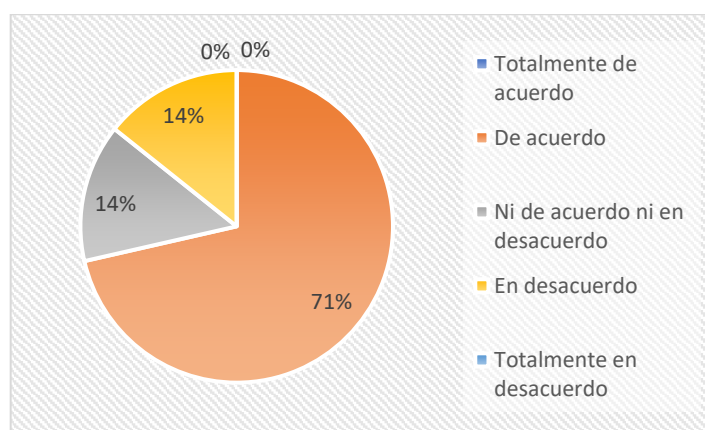
Pregunta 1. ¿Cree usted que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía reconocer su responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad?

Tabla 4. *Reconocer su responsabilidad*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	10	71%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	14%
En desacuerdo	2	14%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor*

Figura 2. *Reconocer su responsabilidad*



Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Análisis e Interpretación

Se puede evidenciar que la mayoría de los socios encuestados manifestaron que están de acuerdo que un modelo de RS le permitirá a la compañía conocer su responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad, mientras que un mínimo de encuestados demuestra que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, y en desacuerdo. En este sentido la compañía estaría contando con un personal que le interesa reconocer su responsabilidad social.

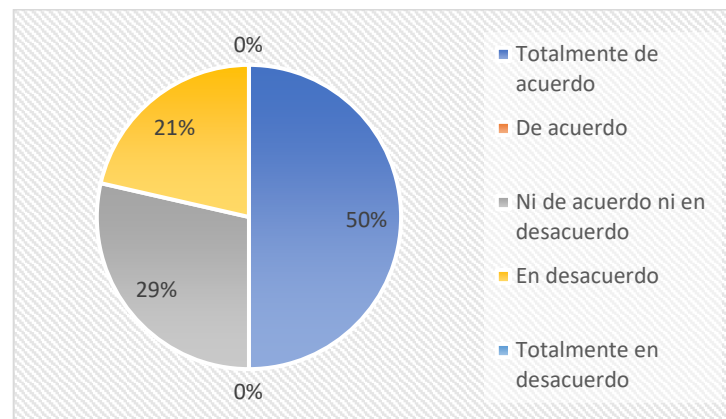
Pregunta 2. ¿Cree usted que el principio de comportamiento ético influye para que las decisiones se tomen con responsabilidad?

Tabla 5. *Decisiones con responsabilidad*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	50%
De acuerdo		0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	29%
En desacuerdo	3	21%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 3. *Decisiones con responsabilidad*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

Los socios de la compañía en su mayoría están totalmente de acuerdo que el comportamiento ético influye para que las decisiones sean tomadas con responsabilidad, el resto de encuestados demostraron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo. Lo que demuestra que independientemente las decisiones que toman los socios en la compañía deberían ser con un adecuado comportamiento ético para que sean asumidas con responsabilidad.

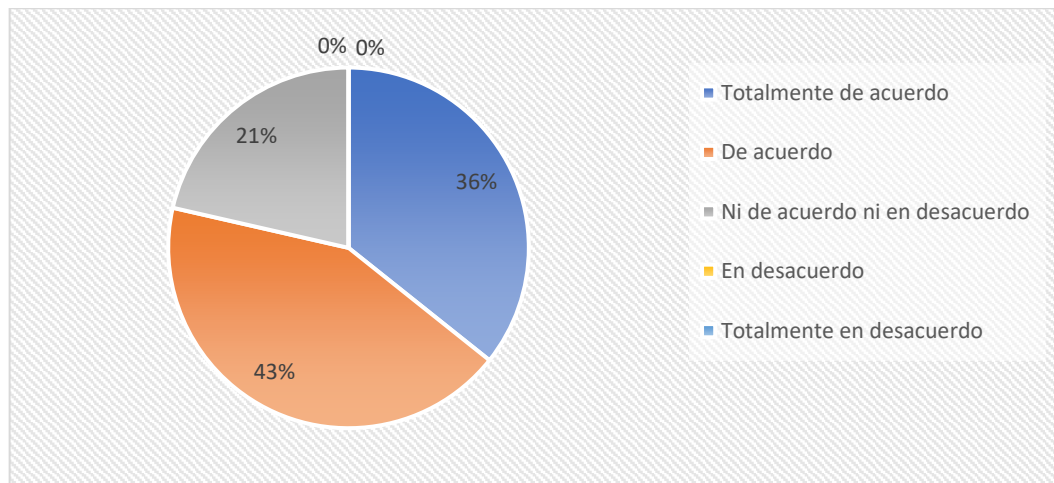
Pregunta 3. ¿Está usted de acuerdo que un modelo responsabilidad social contribuirá al desarrollo de la compañía?

Tabla 6. *Desarrollo de la compañía*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	36%
De acuerdo	6	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	21%
En desacuerdo		0%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 4. *Desarrollo de la compañía*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

En base a los resultados de la encuesta se puede observar que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que un modelo de responsabilidad social tendrá un impacto positivo en el desarrollo de la compañía, lo que respalda la idea de que la RS es vista como una estrategia beneficiosa para el crecimiento empresarial y la mejora de la reputación.

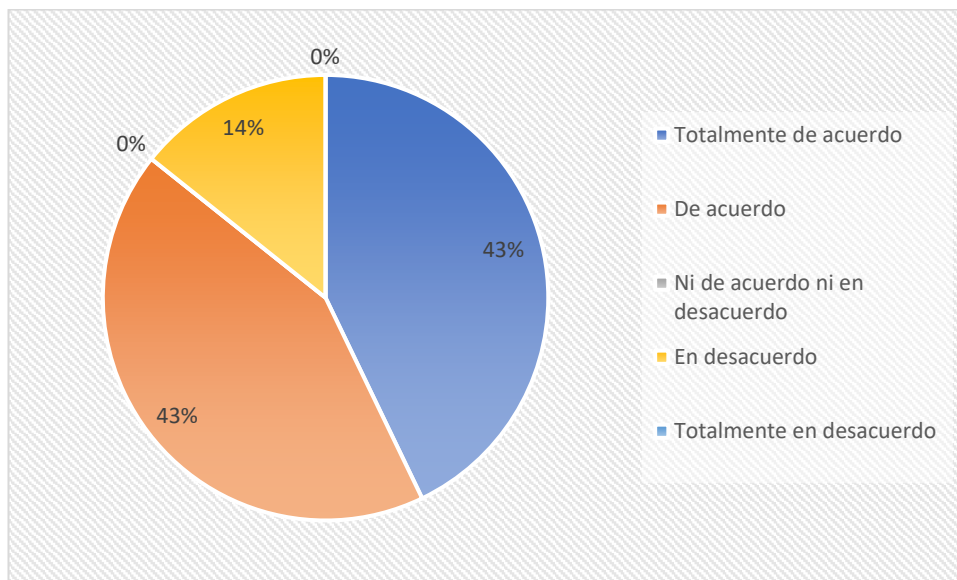
Pregunta 4. ¿Considera usted que el principio de comportamiento ético les permite a los socios de la compañía asumir sus funciones internas con responsabilidad?

Tabla 7. *Asumir funciones con responsabilidad*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	43%
De acuerdo	6	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
En desacuerdo	2	14%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 5. *Asumir funciones con responsabilidad*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e interpretación.

Según el resultado obtenido se puede deducir que, la mayoría de los socios demuestran estar de acuerdo que el principio de comportamiento ético es beneficioso para que los socios de la compañía asuman sus funciones internas con responsabilidad. Esto puede indicar que la ética es vista como un factor positivo para promover el cumplimiento de las funciones internas de manera ética y responsable.

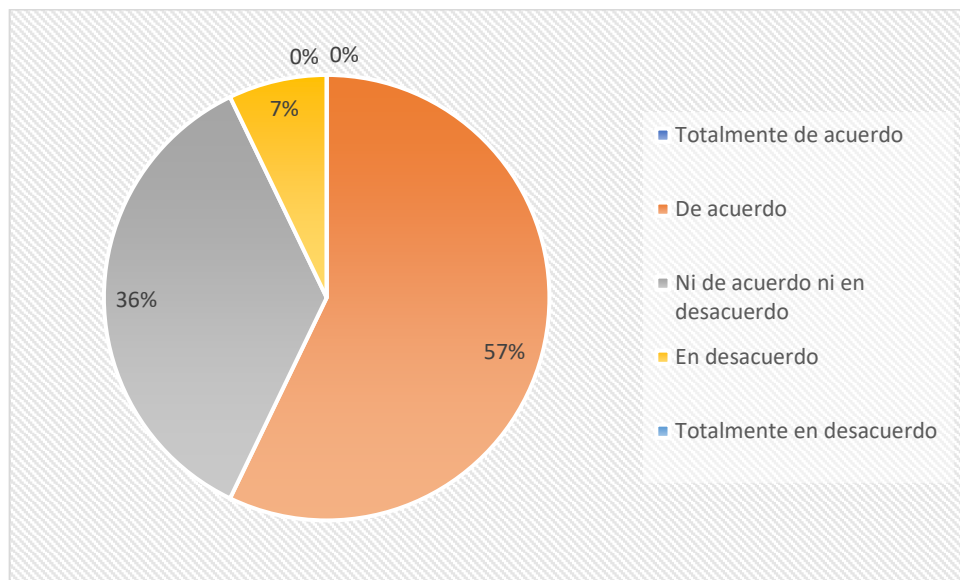
Pregunta 5. ¿Considera usted que un modelo de responsabilidad social permite ser más responsable con los grupos de interés?

Tabla 8. Responsable con los grupos de interés

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	8	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	36%
En desacuerdo	1	7%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios

Figura 6. Responsable con los grupos de interés



Nota: Elaboración por autor

Análisis e Interpretación

Según los datos demostraron que la mayoría de encuestados concuerdan que el modelo de RS les permite ser más responsable con los grupos de interés más cercanos, sin embargo, las personas que consideraron las otras respuestas pueden necesitar un mayor entendimiento de responsabilidad social o a su vez podrían tener sus razones o experiencias que justifiquen su respuesta.

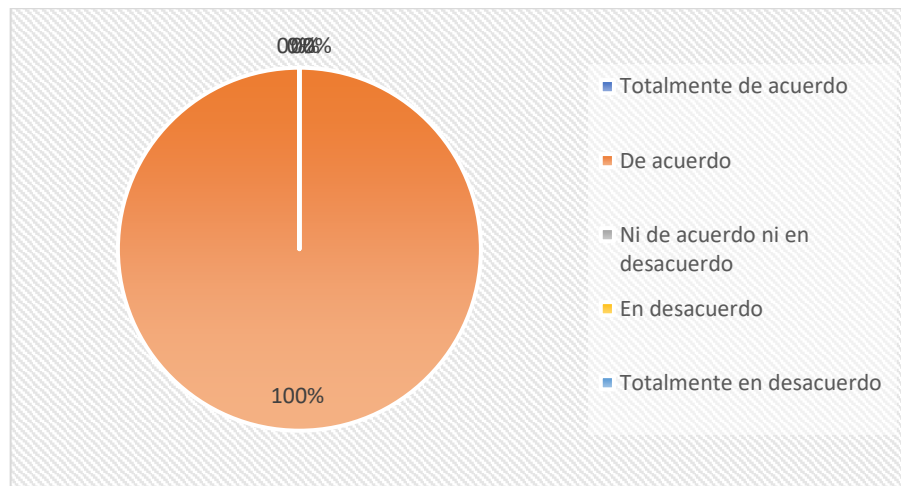
Pregunta 6. ¿Cree usted que actuar con un adecuado comportamiento ético mejorará las relaciones sociales y los valores éticos de la compañía?

Tabla 9. *Mejora las relaciones sociales y valores éticos*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	14	100%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
En desacuerdo		0%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 7. *Mejora las relaciones sociales y valores éticos*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

Todos los socios consideran estar de acuerdo que actuar con un adecuado comportamiento ético les permitirá desempeñar un papel fundamental en la construcción de relaciones sociales con las partes interesadas y la promoción de valores éticos en la compañía.

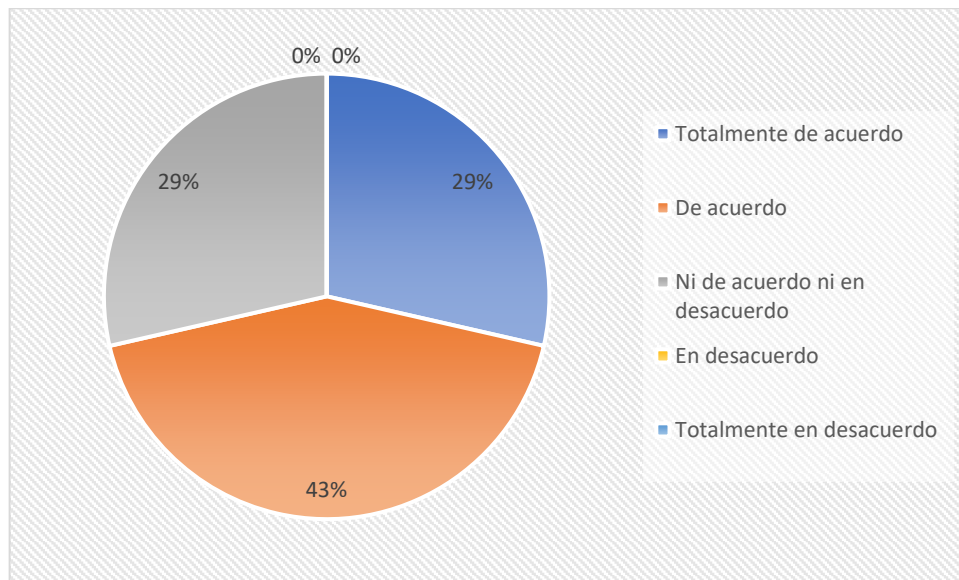
Pregunta 7. ¿Considera usted que por medio de un modelo de responsabilidad social la compañía mejorará su vínculo con los grupos de interés?

Tabla 10. Vínculo con los grupos de interés

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	29%
De acuerdo	6	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	29%
En desacuerdo		0%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios

Figura 8. Vínculo con los grupos de interés



Nota: Elaboración por autor

Análisis e Interpretación

Los datos indican que la mayoría de los socios están de acuerdo que un modelo de responsabilidad social en la compañía podrá mejorar la relación con los grupos de interés, lo que apunta que la RS es considerada como una estrategia efectiva para fortalecer los lazos con clientes, empleados, socios y otras partes interesadas.

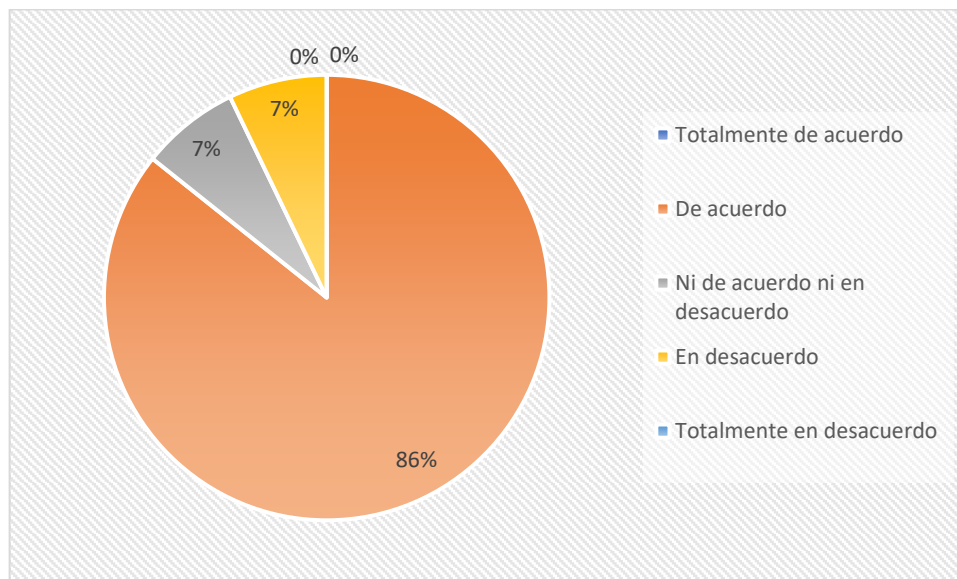
Pregunta 8. ¿Considera usted conveniente registrarse a un código de ética, cumpliendo con el principio de comportamiento ético para desempeñar mejor su función en la compañía?

Tabla 11. *Desempeñar mejor su función*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	12	86%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7%
En desacuerdo	1	7%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 9. *Desempeñar mejor su función*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

Una gran parte de los socios encuestados demostraron que están de acuerdo en seguir un código de ética que cumpla con el principio de comportamiento ético ya que resultara beneficioso para mejorar su desempeño en la compañía, debido a que la ética es un factor que contribuye a un mejor funcionamiento en el ámbito laboral.

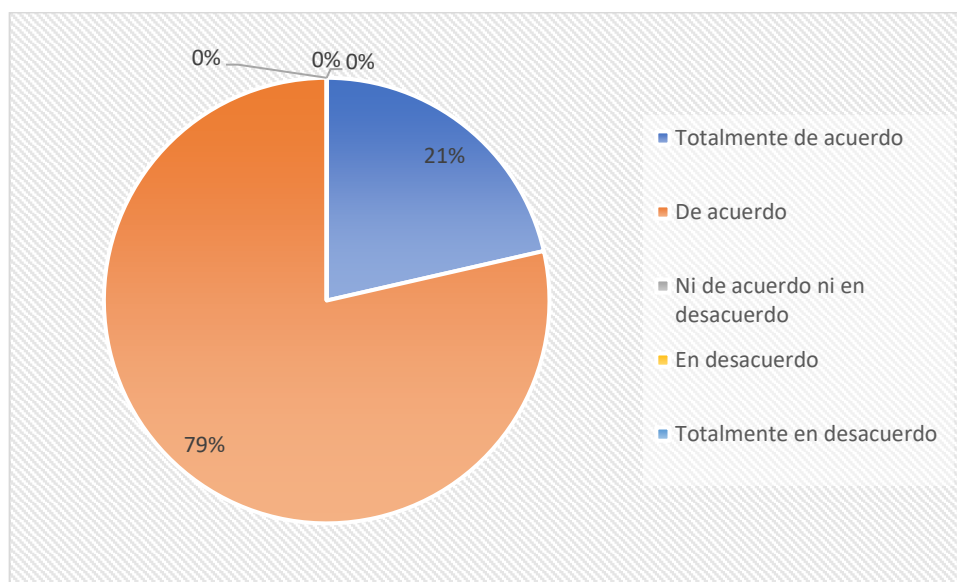
Pregunta 9. ¿Considera usted adecuado que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía cumplir con prácticas responsables para el beneficio de la sociedad?

Tabla 12. *Cumplir con prácticas responsables*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	21%
De acuerdo	11	79%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
En desacuerdo		0%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 10. *Cumplir con prácticas responsables*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

En resultado obtenido demostró que todos los socios están de acuerdo que un modelo de responsabilidad social le permitirá a la compañía cumplir con prácticas responsables para el beneficio de la sociedad. Lo que comprueba que las prácticas responsables establecidas en un modelo de responsabilidad social, serán de beneficio para la sociedad, esto a su vez contribuye a la compañía ha mejorar su imagen y reputación.

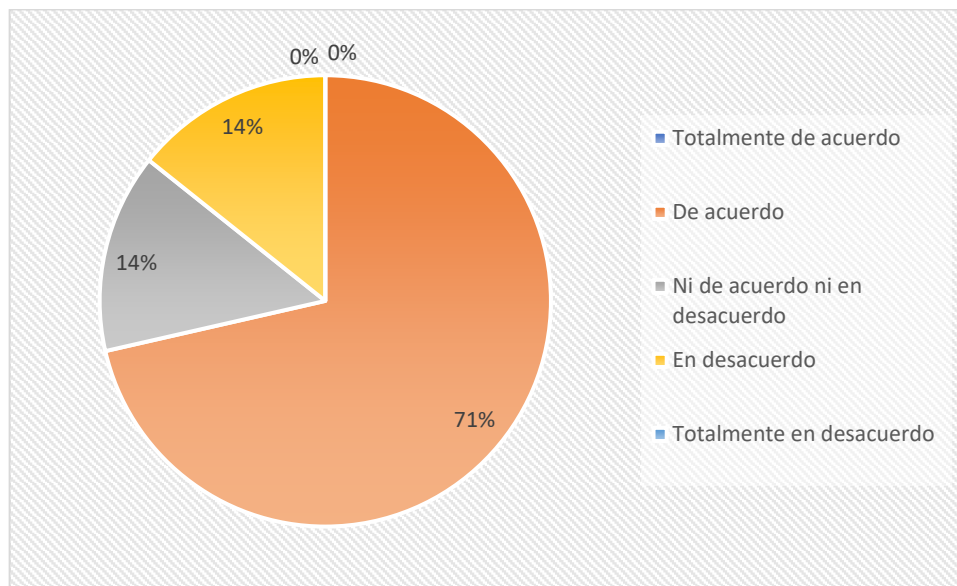
Pregunta 10. ¿Usted cree que debe haber algún cambio en los principios de la compañía que permitan mejorar el comportamiento ético de sus socios hacia el medio ambiente y la sociedad?

Tabla 13. *Cambio en los principios*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		7%
De acuerdo	10	64%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	14%
En desacuerdo	2	14%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: *Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios*

Figura 11. *Cambio en los principios*



Nota: *Elaboración por autor*

Análisis e Interpretación

Los resultados demuestran que los socios encuestados están de acuerdo que debe haber algún cambio en sus principios para mejorar su comportamiento ético hacia el medio ambiente y la sociedad, pues no han considerado realizar principios con esas características, por eso es importante crear nuevos principios.

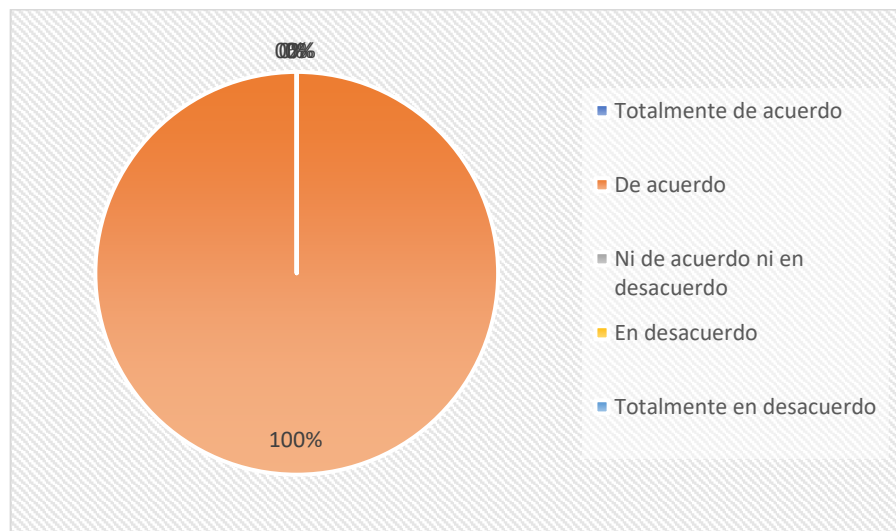
Pregunta 11. ¿Considera usted que el servicio de transporte se lo realiza con un comportamiento ético adecuado?

Tabla 14. Servicio de transporte con un comportamiento ético

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	14	100%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
En desacuerdo		0%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios

Figura 12. Servicio de transporte con un comportamiento ético



Nota: Elaboración por autor

Análisis e Interpretación

Los resultados indican que todos los socios encuestados que manejan los vehículos de la compañía cumplen de manera adecuada con un comportamiento ético para brindar el servicio de transporte, esto demuestra que los valores éticos de cada socio están presentes para cumplir con su función como transportistas.

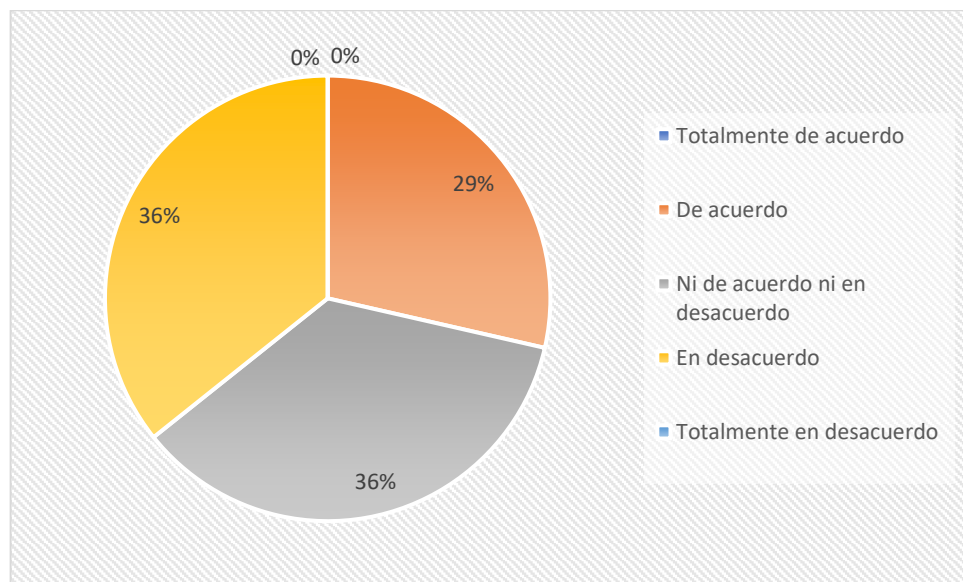
Pregunta 12. ¿Cree usted que realiza prácticas responsables sin requerir un modelo de responsabilidad social?

Tabla 15. Realiza prácticas responsables

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo		0%
De acuerdo	4	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	36%
En desacuerdo	5	36%
Totalmente en desacuerdo		0%
TOTAL	14	100%

Nota: Elaboración por autor a partir de la encuesta realizada a los socios

Figura 13. Realiza prácticas responsables



Nota: Elaboración por autor

Análisis e Interpretación

Se evidencia que una parte de los encuestados han considerado que realizan prácticas responsables sin la necesidad de un modelo, también indican estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que otra parte de encuestados reflejan una opinión contraria indicando que creen que con un modelo podrán realizar y estructurar prácticas responsables, Esto demuestra que en la compañía las prácticas responsables si podrán ser realizadas por medio del modelo de RS.

4.1.4. Comprobación de Hipótesis

Se realizó la prueba del Chi Cuadrado para comprobar la hipótesis de estudio.

Hipótesis nula: Disponiendo de un modelo de responsabilidad social no mejora el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022.

Hipótesis alterna: Disponiendo de un modelo de responsabilidad social mejora el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022.

Tabla 16. Frecuencias observadas (*f_o*)

PREGUNTAS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	TOTAL
1		10	2	2	0	14
2	7		4	3	0	14
3	5	6	3		0	14
4	6	6		2	0	14
5		8	5	1	0	14
6		14			0	14
7	4	6	4		0	14
8	12	1	1		0	14
9	3	11			0	14
10		10	2	2	0	14
11		14			0	14
12		4	5	5	0	14
Total	37	90	26	15	0	168

Nota: La tabla indica el cálculo de las frecuencias observadas

Tabla 17. Frecuencias esperadas (f_e)

PREGUNTAS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	TOTAL
1	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
2	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
3	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
4	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
5	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
6	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
7	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
8	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
9	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
10	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
11	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
12	3,083	7,500	2,167	1,250	0	14
Total	37	90	21,667	12,5	0	168

Nota: La tabla muestra el cálculo de las frecuencias observadas.

Fórmula que permite calcular el Chi-Cuadrado:

Considerando que:

X^2 = Chi cuadrado

f_o = Frecuencia observada

f_e = Frecuencia esperada

$$x^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Tabla 18. Chi Cuadrado (χ^2)

Chi cuadrado					Total
3,08	0,83	0,01	0,45	0,00	4,38
4,98	7,50	1,55	2,45	0,00	16,48
1,19	0,30	0,32	1,25	0,00	3,06
2,76	0,30	2,17	0,45	0,00	5,68
3,08	0,03	3,71	0,05	0,00	6,87
3,08	5,63	2,17	1,25	0,00	12,13
0,27	0,30	1,55	1,25	0,00	3,37
25,79	5,63	0,63	1,25	0,00	33,30
0,00	1,63	2,17	1,25	0,00	5,05
3,08	0,83	0,01	0,45	0,00	4,38
3,08	5,63	2,17	1,25	0,00	12,13
3,08	1,63	3,71	11,25	0,00	19,67
53,49	30,27	20,15	22,60	0,00	126,51

Nota: Elaboración por autor

Para calcular los grados de libertad se utiliza la siguiente formula

$$GL = (F - 1) * (C - 1)$$

Considerando que:

GL = Grados de libertad

F = Fila

C = Columna

$$GL = (12 - 1) * (5 - 1)$$

$$GL = (11) * (4)$$

$$GL = 44$$

Tabla 19. Cálculo chi cuadrado critico en Excel

Grado de Significancia	0,05
Grados de Libertad	44
Chi cuadrado:	126,51
Chi cuadrado crítico:	60,480
χ^2 calculado > χ^2 crítico	

Nota: Elaboración por autor

Regla de decisión

Tras completar los cálculos de la prueba de chi-cuadrado, la decisión que se debe tomar, basada en los resultados obtenidos, indica que el valor del chi-cuadrado (126,51) supera el valor crítico del chi-cuadrado (60,480). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que lleva a la siguiente conclusión:

“Disponiendo de un modelo de responsabilidad social mejora el principio de comportamiento ético para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, en la ciudad de Guaranda en el año 2022”

4.1.5. Discusión de resultados

De acuerdo a la entrevista realizada al gerente de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A, se pudo determinar que diseñar un modelo de RS para la compañía será de beneficio debido a que le permitirá cumplir con prácticas responsables que pueda otorgarle beneficios para la sociedad y el medio ambiente, y para mejorar las relaciones con sus partes de interés y su cultura de consumo responsable de los recursos naturales.

Como menciona López (2017, citado en Ávila y Cedeño, 2020) las pequeñas y medianas empresas del país, pueden obtener numerosas ventajas que la RS aporta, estos beneficios incluyen un mayor valor competitivo, asimismo, provoca una mayor lealtad por parte de los grupos de interés, como clientes, empleados y proveedores, además, se destaca la imagen corporativa de la empresa y reduce los costos ambientales al gestionar adecuadamente los residuos y minimizar los riesgos ambientales.

Sin embargo, no ha sido posible la implementada de un modelo de RS por no poseer conocimientos necesarios acerca del tema, por otro lado, no hay evidencia de poseer un código de ética que le permita guiar el comportamiento de los socios, durante el tiempo de funcionamiento de la compañía esto no ha representado mayor dificultad cuando han sabido realizar sus actividades y cumplir con sus funciones, no obstante la implementación de un código de ética en la compañía sería necesario para poner en práctica cada valor y principio con el que se debe cumplir sus actividades, lo que resultara en un mejoramiento de su comportamiento ético y se obtendrían beneficios internos como externos.

En cuanto a la información de la encuesta dirigida a los socios, se pudo determinar que comparten la idea de poder desempeñar prácticas de responsabilidad social por medio de un modelo que les permita reconocer su responsabilidad con su entorno, ya que la mayoría de estos están de acuerdo que sus decisiones deben ser consideradas responsables para que pueden contribuir a mejorar el desarrollo de la compañía y que el rendimiento de sus funciones se vería afectada de manera positivamente al ser realizadas con un adecuado comportamiento ético, lo que le permitirá ser más responsables con sus grupos de interés y permitiría mejorar sus relaciones sociales y vínculos.

Por lo tanto, a partir de la entrevista y encuestas realizadas a los socios, es posible mencionar que la compañía comprende la importancia de diseñar un modelo de RS pues considera que obtendría varias ventajas, que le permitirá mejorar su entorno y pueda aportar a que sea sostenible, pues también el desarrollo de sus funciones estaría ligado a cumplirse responsablemente lo que le permitiría mejorar su rendimiento en la compañía, y fortalecería el cumplimiento del modelo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

MODELO DE GESTIÓN POR RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE LA BASE DEL RENDIMIENTO COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.

Figura 14. Estructura del modelo de responsabilidad social



Nota: *Elaboración por autor*

El modelo de responsabilidad social, está diseñado específicamente para la compañía, a partir del análisis de distintos modelos mencionados en el marco teórico.

Constando de cinco fases: Presentación, Diagnóstico, Planeación, Seguimiento y Comunicación.

1.- PRESENTACIÓN

Nombre de la compañía: Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

Ubicación: Guaranda – Guanujo.

Dirección: Calle Av. Ernesto Che Guevara s/n y calle R17.

Representante Legal: Sr. Aroca Ángel

Ruc: 0291519687001

Servicio: Transporte comercial de taxi ejecutivo

La Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., inicia sus operaciones el 15 de marzo del 2019, por lo que lleva pocos años brindando el servicio de transporte a la comunidad de Guanujo. Contando con quince unidades vehiculares de marca SEDAN Chevrolet.

La misma está dirigida por una asamblea de socios o accionistas, gerente, comisario, secretaria y un presidente además de asesoría externa como la contabilidad y jurídica.

La compañía cumple con los requisitos de ley para poder operar de manera legal y cuenta con automóviles regularizados por la agencia nacional de tránsito. Constando además con su respectivo taxímetro, seguro de los choferes y automóviles, se caracterizan además por su color amarillo característico con el nombre de la compañía en los laterales de sus puertas y su letrero en el centro del techo del vehículo

2.- DIAGNÓSTICO

2.1- Análisis Situacional

Realizar un análisis situacional permitirá comprender el entorno actual en el que se encuentra la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., por medio de una análisis interno y externo.

Para la siguiente información, fue necesario basarse en los resultados de la entrevista, encuesta y observación, a más de una conversación con la presidenta de la compañía quien reconoció sus fortalezas y debilidades internas, a más de indicar las oportunidades y amenazas externas.

2.1.1.- Análisis Interno

Tabla 20. *Análisis Interno*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Compañía legalmente constituida	Ausencia de un código de ética.
Conductores profesionales con conocimiento de rutas locales.	Descripción de proceso del servicio de taxi no establecido.
Flota de vehículos en buen estado.	Desconocimiento de un modelo de responsabilidad social

Fuente: Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres Taxguanujo S.A.

Nota: *Elaboración por autor*

2.1.2.- Análisis Externo

Tabla 21. *Análisis Externo*

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Nuevos usuarios a quien brindar el servicio de transporte.	Aumento de taxis irregulares.
Facilidad de uso de los sistemas de comunicación.	Competencia desleal.
Convenios	Aumento de Inseguridad

Fuente: *Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres Taxguanujo S.A.*

Nota: *Elaboración por autor*

Una vez analizado los resultados del FODA, para poder generar las debidas estrategias es necesario realizarlo dentro de la siguiente matriz, que se encuentra dividida en cuatro cuadrantes.

- El primero establece la relación entre (FO) para maximizar las fortalezas y aprovechar las oportunidades. Estrategias de crecimiento. (MAXI-MAXI)
- El segundo (DO) permite aprovechar las oportunidades y reducir las debilidades. Estrategias de refuerzo. (MINI-MAXI)
- El tercero (FA) en el cual se reducen las amenazas para que sean aprovechadas las fortalezas. Estrategias de defensa. (MAXI-MINI)
- Y el cuarto (DA) que permite comprimir las debilidades para minimizar las amenazas de la compañía. Estrategias de retiro (MINI-MINI)

Estas estrategias deberán ser consideradas por la compañía si desean maximizar su compromiso con el modelo de responsabilidad social.

Tabla 22. *Matriz de Estrategias*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>Estrategias de crecimiento. (MAXI-MAXI)</p> <p>FO1.- Aprovechar el servicio legal de la compañía para expandirse hacia nuevos usuarios por medio de difusión publicitaria.</p> <p>FO2.- Habilitar un sistema de comunicación entre los conductores, para comunicar rutas locales que les permita desempeñar mejor el servicio de transporte.</p> <p>FO3.- Impulsar la creación de convenios con otras PYMES que necesiten transportarse en la flota vehicular de la compañía.</p>	<p>Estrategias de refuerzo. (MINI-MAXI)</p> <p>DO1.- Crear un código de ética, que oriente una conducta adecuada para los socios y conductores y se vea reflejado en el servicio de transporte a los nuevos usuarios, esto generará que sientan confianza y seguridad.</p> <p>DO2.- Diseñar una descripción del proceso de servicio, en el que se tome en cuenta el sistema de comunicación.</p>

AMENAZAS	Estrategias de defensa (MAXI-MINI)	Estrategias de retiro (MINI-MINI)
	<p>FA1.- Impulsar la imagen de la compañía como taxi legal.</p> <p>FA2.- Aprovechar la experiencia de los conductores para ofrecer mejores rutas que la competencia.</p> <p>FA3.- Asegurar a toda la flota de vehículos de la compañía con un GPS para reducir la inseguridad.</p>	<p>DA1.- Aprovechar el código de ética para sobresalir entre los taxis que no poseen uno y que operan de manera irregular.</p> <p>DA2.- Adaptar adecuadamente un modelo de RS que le permita diferenciar a la compañía de la competencia.</p>

Nota: Elaboración por autor

2.3.- Clasificación de las partes interesadas o grupos de interés

Las partes interesadas de la compañía fueron identificadas por medio de la entrevista realizada al gerente que, los clasificó como internos y externos.

Internos:

- Junta general de socios o accionistas.
- Directiva.
- Personal operativo (conductores).

Externos:

- Clientes.
- Comunidad local.
- Competidores.

2.3.1.- Identificación de las partes interesadas

INTERNOS

Junta general de socios o accionistas: Está conformado por todos los socios de la compañía, que demuestran un claro interés por desempeñar de mejor manera la toma de decisiones que permitan un correcto funcionamiento de toda la compañía y también obtener beneficios económicos, pues al ser la máxima autoridad influyen de forma directa en la toma de decisiones ante cambios que puedan presentarse en su entorno.

Directiva: Conformado por una parte de los socios que están encargados de tomar decisiones estratégicas que le permite supervisar las operaciones de la compañía, y controlar el adecuado cumplimiento de sus actividades pues se preocupan por las posibles consecuencias que puede suscitarse ante sus entes de control.

Personal operativo (Conductores): Los socios que desempeñan el cargo de conductores son parte esencial para el funcionamiento de la compañía. Pues al obtener beneficios económicos y buenas condiciones laborales le permitirá mantener un servicio de calidad hacia los clientes.

EXTERNOS

Clientes: Los pasajeros que utilizan el servicio de taxi de la compañía son considerados como el grupo de interés más importante, pues brindarles la satisfacción de un viaje seguro y confiable será fundamental para lograr con éxito una buena relación con estos.

La comunidad local: La comunidad en la que opera la compañía puede ser afectada por sus operaciones, por lo cual es necesario mantener una buena relación con la sociedad, precautelando el cuidado social y medio ambiental lo que permitirá una convivencia sana.

Competidores: Otras compañías de taxis pueden ser consideradas oponentes ya que compiten por clientes y recursos en el mercado local, por lo cual se debe mantener una buena relación para evitar una competencia desleal.

Cabe mencionar que están clasificados por:

- **Beneficiario:** Grupo de interés que serán beneficiados por el modelo de responsabilidad social.

- Partners o Socios: Grupo de interés que pueden aportar y mejorar la ejecución del modelo.
- Oponente: Grupo de interés que no aporta con beneficios al modelo.

El nivel de influencia ante otros grupos de interés.

- Bajo: no existe influencia
- Medio: mediana influencia
- Alto: alta influencia

Tabla 23. *Identificación de las partes interesadas o grupos de interés*

Identificación	Beneficiario/ Socio /Oponente	Interés	Nivel De Influencia		
			Bajo	Medio	Alto
INTERNOS					
Junta general de socios	Socio	Desempeñar de mejor manera la toma de decisiones que permitan un correcto funcionamiento de toda la compañía y también obtener beneficios económicos			x
Directiva	Socio	Tomar decisiones estratégicas que le permite supervisar las operaciones de la compañía, y controlar el			x

		adecuado cumplimiento de sus actividades.			
Conductores	Socio	Obtener beneficios económicos y buenas condiciones laborales.			x
EXTERNOS					
Clientes	Beneficiario	Brindarles la satisfacción de un viaje seguro y confiable			x
Comunidad local	Beneficiario	Mantener una buena relación con la sociedad, precautelando el cuidado social y medio ambiental.			x
Competencia	Oponente	Mantener buenas relaciones con la competencia para evitar la competencia desleal.		x	

Fuente: Basada en datos obtenidos por parte de la compañía

Nota: Elaboración por autor

2.4.- Descripción de funciones

Las funciones que desarrollan los socios están establecidas en el reglamento interno de (Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres Taxguanujo S.A., 2019) en el que se indican que:

- 1) **Junta general de socios:** Está conformada por los socios que forman parte de la compañía, las decisiones tomadas son decisivas pues permiten cumplir legalmente con las actividades y obligaciones que tiene con entes del gobierno como con sus propios socios.
 - a) Autorizar a gerencia la realización de actos y contratos;
 - b) Autorizar a gerencia la contratación de obligaciones;
 - c) Imponer si es necesario normas de carácter general para mantener una adecuada administración;
 - d) Afirmar o vetar informes, planes laborales, proforma presupuestaria que son realizados por el gerente para su correcto análisis.
 - e) Autorizar al gerente para que contrate personas que ocupen el cargo Asesor y Administrativo.
- 2) **Presidente:** Desempeña las siguientes funciones
 - a) Elaborar la planificación anual de las actividades que debe realizar la compañía para cada periodo económico;
 - b) Proponer modificaciones al reglamento;
 - c) Coordinar el trabajo en conjunto del gerente;
 - d) Gestionar la obtención de apoyo y respaldo, ya sean de organismos nacionales como internacionales, así como de organismos privados o públicos.
- 3) **Gerente general;** Representante legal como judicial de la compañía, se encarga de la gestión y administración.
 - a) Registrar las actas de la junta general en los libros correspondientes;
 - b) Tener la correspondencia al día;
 - c) Certificar los documentos de la compañía con su firma;
 - d) Suscribir la correspondencia oficial de la compañía;
 - e) Redactar la comunicación oficial.

- f) Transmitir información oficial a todos los socios por medio de reuniones establecidas por junta general.
 - g) Gestionar la contratación de empleados administrativos y servicios, cumpliendo con las leyes vigentes.
 - h) Contratar el servicio de un contador profesional.
 - i) Finalizar contratos con empleados cumpliendo con las leyes vigentes.
 - j) Aplicar sanciones por el incumplimiento de funciones;
 - k) Acatar las decisiones que la junta general establezca y verificar el cumplimiento de los demás socios al tratarse de asuntos financieros
 - l) Colaborar con el presidente y el contador en la elaboración de informes y balances generales, así como en la preparación del presupuesto, sometidos a la aprobación final de la junta general.
 - m) Proporcionar información que requieran los socios, a la vez informarles de las decisiones tomadas en la gestión económica.
 - n) Comprometerse a custodiar todo bien mueble e inmueble perteneciente a la compañía.
- 4) **Secretaria;** Efectúa el cargo de informar de manera constante el desarrollo de su gestión.
- a) Conservar ordenadamente el archivo.
 - b) Certificar los documentos de la compañía con el sello propio.
 - c) Tener la correspondencia al día.
- 5) **Comisario:** Es el responsable de supervisar y regular aspectos específicos de la operación de los taxis y garantizar que se cumplan las regulaciones y normativas de la compañía.
- a) Garantizar el cumplimiento del reglamento interno;
 - b) Supervisar que las decisiones sean acatadas rigurosamente por todos los socios;
 - c) Vigilar el cumplimiento de obligaciones y actividades financieras.
 - d) Realizar las tareas asignadas por la junta general, gerente y presidente.

2.4.1.- Sugerencia de descripción de funciones responsables.

Junta general de socios;

- a) Aprobar responsablemente un manual de procesos que contenga una adecuada gestión de los procesos llevadas a cabo por las funciones desempeñadas por los socios de la compañía.
- b) Recibir y resolver conflictos o reclamos internos entre los socios que no perjudique al rendimiento de los mismos.
- c) Aprobar, rechazar y socializar sus sanciones por el incumplimiento de sus procesos.
- d) Definir un valor de aportación por parte de todos los socios.
- e) Comportarse con respeto y educación ante todos los socios de la compañía para solicitar la palabra al presidente.

Presidente

- a) Comunicar a los socios asuntos importantes de la compañía.
- b) En conjunto al gerente realizar cambios en la estructura orgánica.
- c) Verificar con el contador de la compañía que sus estados financieros cumplen con las normas técnicas.
- d) Firmar con el gerente la correspondencia que llega a la compañía.
- e) Convocar a reuniones en caso de ser necesario para tratar temas o resolver inconvenientes relacionados a la responsabilidad social de la compañía.

Secretaria

- a) Asistir a todas las reuniones establecidas por la junta general de los socios.
- b) Realizar un informe por escrito de las decisiones tomadas por la junta general de los socios.
- c) Legitimar los documentos recibidos con su firma y sello de la compañía.
- d) Atender las solicitudes de clientes por llamada telefónica de forma amable y profesional.
- e) Comunicar al personal operativo por medio de su radio frecuencia, la solicitud de servicio de transporte solicitado por el cliente.
- f) En el caso de existir novedades que comprometan a la compañía comunicar al gerente o presidente.

Gerente

- a) Garantizar en conjunto al presidente y el contador que la contabilidad de la compañía sea realizada de manera veraz, eficiente y eficaz con los valores reales en sus estados financieros.
- b) Representar a la compañía ante distintos organismos de control sea cantonal y provincial.
- c) Comunicar de forma clara y sencilla las actividades diarias, semanales e inclusive mensuales que deben desempeñar los socios en la compañía.
- d) Aprobar o rechazar la compra de bienes que pertenecerán al patrimonio de la compañía.

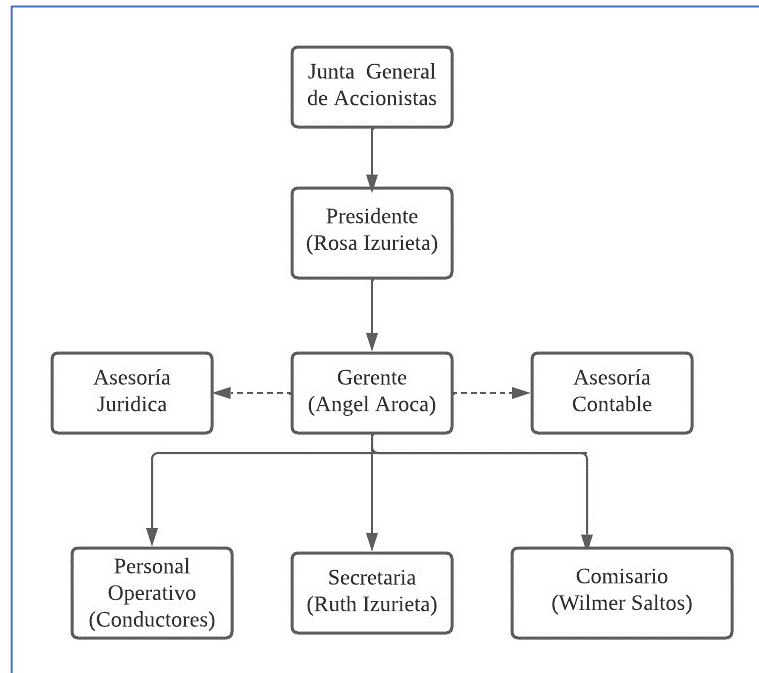
Comisario

- a) Solicitar un informe trimestral o semestral a los socios de la compañía en el que demuestren la realización de prácticas responsables.
- b) Llevar un control de asistencia de los socios con la hora de entrada y salida.

2.5.- Estructura orgánica de la compañía.

La estructura orgánica permite conocer como está distribuido los cargos de manera jerárquica y líneas de responsabilidad o autoridad, por lo cual la compañía de taxi ha definido el siguiente organigrama estructural.

Figura 15. Organigrama Estructural de la Compañía



Fuente: Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres TAXGUANUJO S.A. Año 2022

Nota: Elaboración por autor

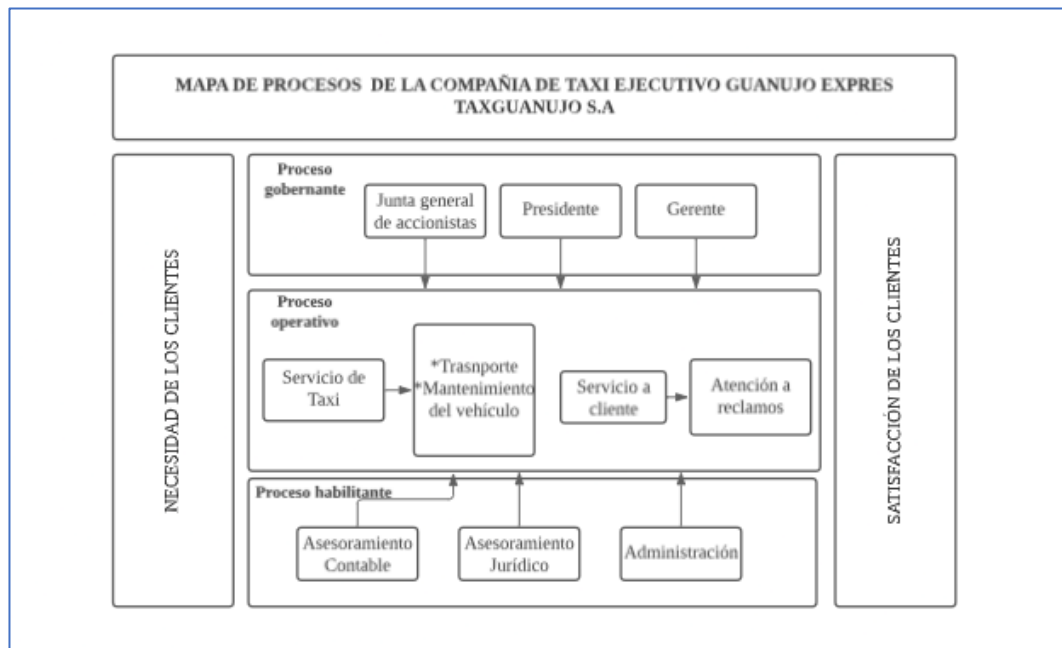
2.5.1.- Identificación de procesos

La compañía dispone de procedimientos gobernantes, operativos y habilitantes, que permiten clasificar las actividades realizadas por sus socios y asesores para lograr la satisfacción de los clientes.

1. Proceso Gobernante: Junta general de accionistas o socios
 - a) Proceso Directivo: Gerente y presidente
2. Proceso Operativo: Conductores de las unidades
3. Proceso Habilitante
 - b) Proceso Asesor: Asesoramiento contable y jurídico
 - c) Proceso de Apoyo: Administración

En el mapa de procesos de TAXGUANUJO S.A, detalla los procesos mencionados

Figura 16. Mapa de procesos



Fuente: Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A. Año 2022

Nota: Elaboración por autor

Procesos Gobernantes: Son los procesos llevados a cabo por la junta general de socios, además del directivo donde el presidente y gerente también, serán quienes; determinan, establecen, supervisan, niegan y vigilan el reglamento interno, con fin de cumplir obligaciones y objetivos.

Proceso Operativo: Son los procesos llevados a cabo por los conductores que cumplen directamente con las decisiones de los procesos gobernantes, asumiendo de manera responsable los objetivos y metas de la compañía, para ofrecer el servicio de taxi a los usuarios y satisfacer la necesidad de movilizarse.

Proceso Habilitante (Asesor y Apoyo): Estos procesos se llevan a cabo por una asistencia técnica que permite mejorar los procesos operativos y refuerza o aconseja para que los procesos gobernantes puedan asumir las mejores decisiones mediante estudios o informes (económicos) y demás documentos.

2.5.2.- Diagrama de flujo del proceso operativo

El flujograma permite enseñar la secuencia de actividades, pasos y decisiones que se desea representar mediante una ilustración grafica de procesos o procedimientos que se conforma con las siguientes figuras:

Inicio y fin de un proceso



Proceso



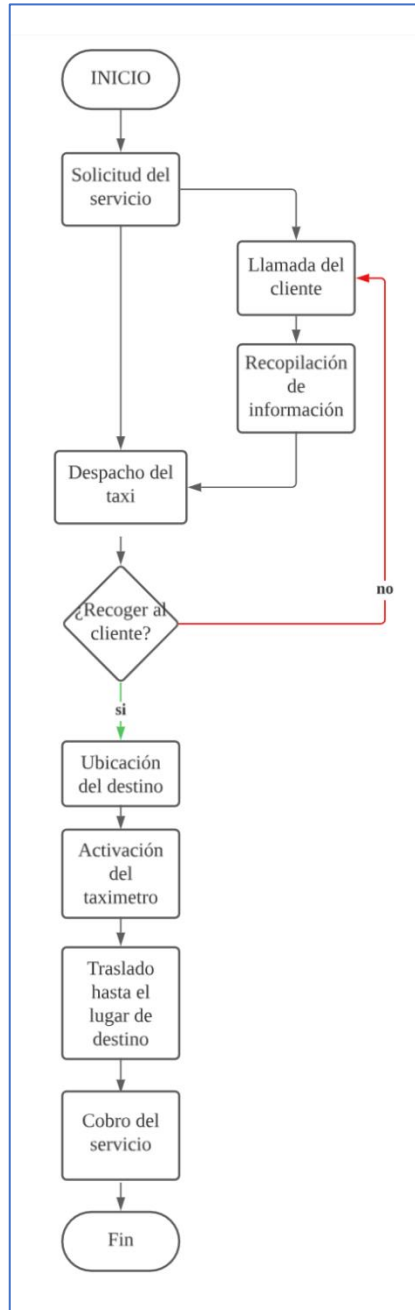
Decisión



Adquirir un entendimiento responsable de los procedimientos involucrados en la operación del servicio de transporte posibilitará una mejora en la toma de decisiones y la ejecución de las actividades, al asumir la responsabilidad necesaria para su cumplimiento

Servicio de taxi

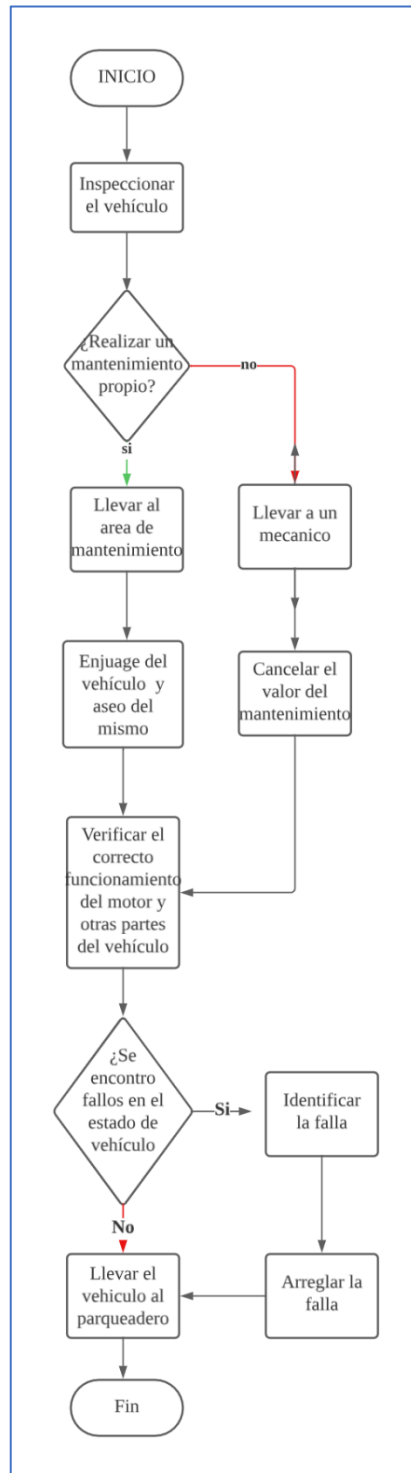
Figura 17. Transporte de pasajeros



Fuente: *Compañía de taxi ejecutivo Guanajuato Expres Taxguanujo S.A.*

Nota: *Elaboración por autor*

Figura 18. Mantenimiento del vehículo

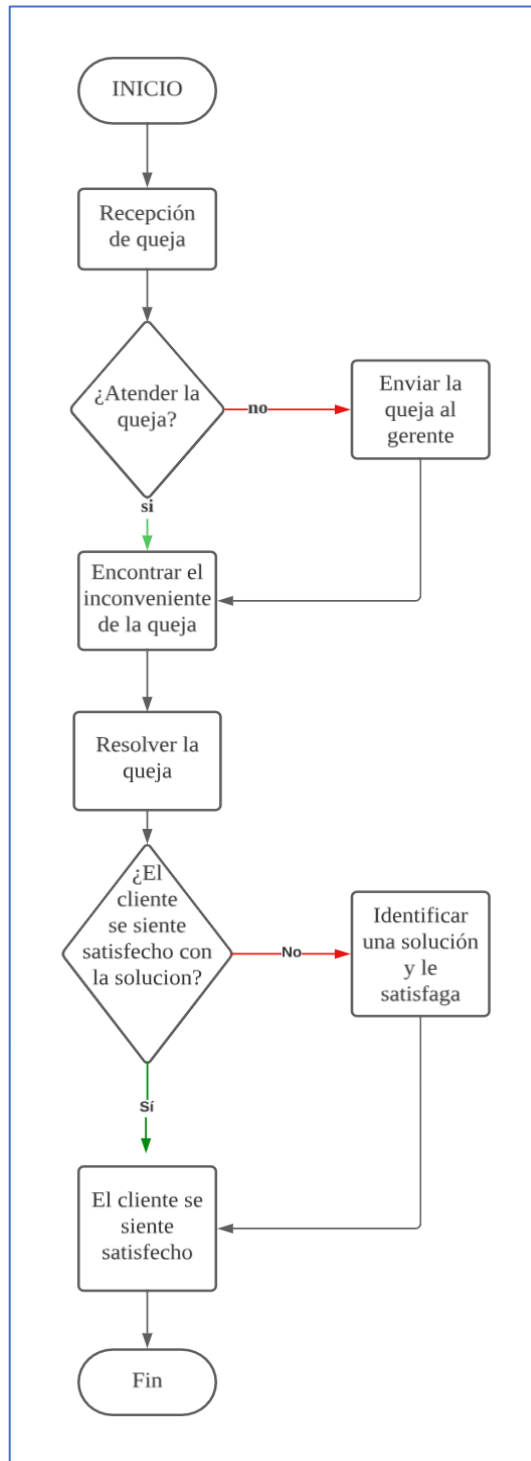


Fuente: Compañía de taxi ejecutivo Guanaju Expres Taxguanujo S.A.

Nota: Elaboración por autor

Servicio al cliente

Figura 19. Atención a reclamos



Fuente: *Compañía de taxi ejecutivo Guanajuato Expres Taxguanaju S.A.*
Nota: *Elaboración por autor*

2.6.- Sugerencia de código de ética

Somos una compañía de taxi ejecutivo que está conformada por personas valiosas que se comprometen a brindar un servicio excelente de transporte, acatando nuestro código de ética, que será practicado por todos los socios en la compañía.

Objetivo principal

Establecer las normas de conducta que deben seguir todos los socios y conductores de la compañía que permitan asegurar el bienestar de los clientes y el respeto por el medio ambiente y la comunidad en general.

Objetivos secundarios

- Demostrar que todos los socios cumplen con sus funciones y actividades con un comportamiento ético adecuado
- Presentar de manera transparente el código de ética a todos los socios o terceros que mantengan una relación con la compañía.

Alcance

Los principios, valores y compromisos previstos en este código deberán ser acatados por todos los socios de todos los niveles jerárquicos que conforman la compañía sin excepción alguna

Sugerencia de Misión

Proporcionar un servicio de transporte seguro, confiable y cómodo capaz de responder a las necesidades de nuestros clientes, al tiempo que promovemos la responsabilidad social.

Sugerencia de Visión

Al año 2028 la compañía será la opción de transporte preferida de la parroquia de Guanujo, reconocida por nuestra excelencia en servicio, innovación y compromiso por crear soluciones de movilidad responsable con la comunidad y el medio ambiente.

Principios

Cumplimiento Legal: Respetamos y acatamos todas las regulaciones y leyes nacionales vinculadas a nuestras operaciones.

Cuidado del Medio Ambiente: Contribuimos a la preservación y cuidado del medio ambiente, mediante la realización de prácticas responsables que minimicen el impacto negativo causado.

No Discriminación: Los actos de discriminación están totalmente repudiados dentro y fuera de la compañía, pues tratamos a todos con igualdad y respeto.

Anticorrupción: Impulsamos a mantener un comportamiento ético adecuado para prevenir actos de corrupción por parte de nuestros socios.

Seguridad Vial: Todos los conductores se comprometen a seguir todas las leyes de tránsito para conducir de manera segura en todo momento, evitando el uso de sustancias psicotrópicas que ponga en peligro la vida de cada uno de los socios.

Confidencialidad: Mantenemos privada nuestra información y la de los clientes, pues no compartimos ningún dato con terceros para evitar en lo posible los inconvenientes.

Lealtad a la compañía: Nuestros socios y conductores se comprometen a actuar en beneficio de TAXGUANUJO S.A. y a no tomar decisiones o acciones que puedan perjudicar a la compañía.

Valores corporativos

La compañía ha sabido reconocer los siguientes valores, como la base de su trabajo.

Responsabilidad: Nos hacemos responsables y asumimos con responsabilidad las decisiones de nuestros actuar precautelando que no sean para afectar o dañar los intereses de otros socios o clientes.

Seguridad: La seguridad de nuestros clientes y conductores es nuestra prioridad. Mantenemos nuestros vehículos en condiciones óptimas y seguimos estrictas normas de seguridad vial.

Respeto: Todos los socios asumen un trato de respeto entre sí, dejando de lado las siguientes características: raza, religión, sexo, condición económica, entre otras. Ya que permite generar un ambiente sano asumiendo que el respeto comienza.

Integridad: Procedemos a realizar nuestras operaciones de manera correcta, honesta y transparente, además de cumplir nuestras promesas y compromisos con clientes, empleados y socios.

Profesionalismo: Nuestros conductores y socios se adhieren a altos estándares de profesionalismo en todo momento para cumplir de manera excelente sus funciones y obligaciones.

Servicio de Calidad: Buscamos complacer las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles un servicio de calidad excepcional, pues nos esforzamos por superar sus expectativas.

Valores éticos entre compañeros

Honestidad: Actuar con transparencia y honestidad por parte de los socios que conformamos la compañía en cuanto a la realización de actividades y emisión de información.

Respeto: Fomentar entre los miembros el respeto mutuo para evitar algún tipo de discriminación y convivir en un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.

Compañerismo: Mantener una relación de colaboración y solidaridad entre todos los socios, procurando estar en armonía para llegar a cumplir con los objetivos.

Puntualidad: Desarrollar de manera responsable y puntual cada función o actividad en los tiempos establecidos.

Obligaciones entre compañeros

Bajo ninguna circunstancia debe existir:

- Interrupción en el cumplimiento de funciones o actividades que realicen los socios.
- Difamación entre socios.
- Apodos o sobrenombres que no sean con consentimiento.

- Uso de malas palabras para lastimar o herir la autoestima de socios o terceros.

Compromisos con los socios y conductores.

Garantizamos un adecuado ambiente laboral libre de discriminación y promovemos la igualdad de oportunidades para todos los socios.

Velamos por la seguridad de cada socios y conductores, para no poner en riesgo su vida con inconvenientes mecánicos de los vehículos.

Compromiso con los clientes

Atendemos a los clientes ofreciéndoles un trato amable, respetuoso y honesto en cada servicio ofrecido para que se sientan conformes y seguros al viajar en nuestras unidades, las mismas que deben estar en un ambiente pulcro.

Atendemos con respeto cualquier inconveniente, reclamo o queja, ocurrido en el servicio de transporte para otorgarle una adecuada solución y que el cliente se sienta satisfecho con la misma, de no ser así realizaremos un seguimiento profundo del inconveniente y conocer cuál es el requerimiento del cliente para su satisfacción.

Compromiso con la competencia

Mostramos profesionalismo para competir de manera justa rigiéndonos bajo las leyes y cuidamos la imagen de la compañía como la personal.

Compromiso con el medio ambiente

Reconocemos que nuestro compromiso es la preservación del medio ambiente, pues nos responsabilizamos en buscar alternativas que permitan reducir los residuos o derivados del combustible.

Usar moderadamente el agua en la limpieza del vehículo, y el consumo de papel reutilizándolo y reciclando.

Incentivar un entorno laboral sin humo de cigarrillos para proteger la salud de nuestros socios y del medio ambiente.

Sanciones

Los actos de deshonestidad que lleguen a realizar algún socio, será calificada como abuso, debido a que es ilícito obtener beneficios propios que lleguen a perjudicar a la compañía, por ejemplo, ésta prohibido:

- Influenciar en la compañía para que familiares puedan obtener un cargo dentro de la administración.
- Aceptar coimas o pagos indebidos.
- Compartir o sustraer información relevante para perjudicar a la compañía.
- El uso de violencia en la compañía no es admitido ni aceptado en ningún caso, mucho menos en la solución de inconvenientes internos.
- El trato hacia los usuarios es el más importante, cualquier acto indebido será considerado como violencia.

Cabe mencionar que esta sección estará ligada al reglamento interno de la compañía en la cual se explica más a detalle los tipos de sanciones.

Reporte de Violaciones Éticas

Este código de ética es un compromiso de TAXGUANUJO S.A. con la conducta ética y la integridad en todas nuestras operaciones.

Todos los socios y conductores están obligados a cumplir con estos principios y valores fundamentales en todo momento, de no ser así serán motivo de sanción desde amonestaciones por escrito, despido y denuncia en el caso de ser muy grave.

Cualquier empleado, conductor o grupo de interés que tenga conocimiento de una violación a este Código de Ética debe informarlo de manera confidencial a través de los canales establecidos por la compañía.

2.7.- Sugerencia de políticas con responsabilidad social

Las siguientes políticas se desarrollaron para asegurar con firmeza la realización de sus funciones, promover los valores, y cumplir con los objetivos y regulaciones que establece la compañía.

- Políticas de cumplimiento laboral: Los horarios de atención deben ser respetados por los conductores pues deberán estar en el lugar de parada por lo

menos diez minutos de anticipación a la hora de la jornada, portando su uniforme respectivo para poder desempeñar el servicio de transporte.

Todos los socios deben presentarse a las reuniones que disponga la compañía de manera puntual y respetar cada punto de vista u opinión que se comparta, respetando los niveles jerárquicos establecidos, para tratar inconvenientes internos de manera responsable, asumiendo de manera profesional para darles solución.

Precautelamos cualquier situación que represente poner en peligro a nuestros socios, clientes, sociedad y medio ambiente, pues aseguramos la seguridad de nuestros vehículos.

Aseguramos que nuestro ambiente laboral no presente inconvenientes de riesgos laborales que resulten en afectaciones para la salud y seguridad de nuestros socios.

- Política de selección de conductores: Contratar conductores calificados que tengan en claro el respeto por la sociedad y medio ambiente, además de que deben contar con una licencia válida para desempeñar el servicio de transporte.
- Política de capacitación: Los socios y conductores tienen todo el derecho de realizar actividades que promuevan su desarrollo personal e intelectual con capacitaciones que permitan formar a un buen profesional, responsable y honesto.
- Invertimos en capacitaciones con educación en temas de tránsito y seguridad vial, para incentivar el cumplimiento legal de las leyes y seguridad de tránsito, para evitar posibles amonestaciones y sanciones por parte del órgano que regula el tránsito vehicular del Ecuador.
- Política de Seguridad Vial: Creemos que las prácticas de conducción seguras deben respetar las normas y al igual que las leyes de tránsito para evitar sanciones vehiculares o accidentes de tránsito.
- Política de mantenimiento vehicular: Los socios y conductores deben realizar inspecciones y mantenimientos periódicos para garantizar la seguridad de los

vehículos y así asegurar la de los pasajeros e inclusive la suya, para evitar fallos mecánicos que pongan en riesgo su vida.

- Política de cuidado para los bienes muebles: Asegurar el buen uso y cuidado de los bienes permitirá que su uso sea prolongado, por lo cual es necesario que se lleve un registro adecuado de todos los bienes de la compañía para conocer si su vida útil está por terminar y tomar las mejores decisiones para ser sustituidos por otros en buen estado.
- Política de calidad del servicio: Se busca siempre mantener altos estándares de calidad, puntualidad y comodidad en los vehículos, para asegurar la satisfacción de los clientes, en caso de que se presenten algún inconveniente con la calidad del servicio, será necesario que los usuarios puedan compartir sus sugerencias por medio de un buzón de sugerencias, y así tomar las mejores decisiones para ser mejoradas y no vuelvan a suceder.
- Política de Atención al Cliente: Buscamos brindar un servicio amable y profesional, satisfaciendo las necesidades de los pasajeros de manera cortés y eficiente.
- Política de Accesibilidad: Tratamos en lo posible que los vehículos sean adaptados para personas que presentan alguna dificultad física, además que los conductores son capacitados para atender a los pasajeros con estas características.
- Política de Transparencia: Tratamos de que la información que se puede compartir a nuestros clientes sea lo más transparente posible, pues esto permitirá que los mismos clientes confíen en nosotros y en nuestras decisiones.

3.- PLANIFICACIÓN

En este punto se formuló un plan de acción elaborado exclusivamente para la compañía, en el que se describe de manera detallada los objetivos y actividades que pueden poner en acción para causar un impacto positivo al poder realizar prácticas responsables destinadas a los socios de la compañía, sociedad o comunidad y medio ambiente.

Es necesario mencionar estarán vinculados con tres principios de la Norma ISO 26000; transparencia, respeto por las partes interesadas y comportamiento ético.

Importancia

La importancia que representa un modelo de RS, demuestra que será capaz de contribuir con el desarrollo de prácticas responsables, que serán para beneficiar a los socios de la compañía, la comunidad y al medio ambiente, mejorar su relación con su entorno y sea capaz de desarrollar su servicio de transporte de forma sostenible.

Mediante un compromiso que el gerente deberá firmar para comprometerse de manera voluntaria asumir responsablemente dicho modelo.

Compromiso voluntario

COMPROMISO VOLUNTARIO

GUARANDA __/__/202_

Sr. Ángel Miguel Aroca Izurrieta representante legal y gerente general de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., acepta el compromiso asumido voluntariamente para reconocer sus prácticas responsables, pues le permitirá desarrollar actividades internas con responsabilidad social que sean de beneficio para los socios, comunidad o sociedad y medio ambiente

Por lo cual, se compromete a que todos los socios de la compañía:

- a) Comprendan la importancia de responsabilidad social en el desarrollo de su actividad económica.
- b) Cumplir con cada uno de los objetivos presentados en el plan de acción, siguiendo las actividades para el lograr cumplirlo al 100%.
- c) Destinar un miembro de la compañía para que se haga responsable del seguimiento del cumplimiento de los objetivos plasmados en el modelo.
- d) Implementar nuevos objetivos y actividades adicionales en el caso de ser necesario.

GERENTE

3.1 Modelo de RS

- **Objetivo del modelo**

Dar a conocer a todos los socios de la compañía las prácticas responsables que pueden realizar en beneficio de la compañía, sociedad y medio ambiente para construir una reputación positiva, basándose en el principio de comportamiento ético para mejorar su comportamiento y sea capaz de asumir de manera honesta, responsable y justa cada objetivo plasmado en el plan de acción.

Objetivos para el plan de acción:

- Implementar un código de ética que sea de conocimiento de todos los socios.
- Garantizar que el trato en la compañía sea respetuoso y equitativo, sin discriminación de ideologías, religión o condición sexual.
- Fortalecer la comprensión de responsabilidad social a todos los socios.
- Conocer si la emisión de gases CO2 y la seguridad de la flota vehicular es la adecuada para seguir desarrollando su servicio de transporte.
- Fomentar una cultura responsable de consumo del recurso eléctrico y del agua.
- Incentivar el reciclaje en la compañía.
- Aportar de manera voluntaria con organizaciones que promuevan proyectos para contribuir a mejorar el medio ambiente.
- Apoyo a personas vulnerables en situación de calle.
- Satisfacer a los clientes con un adecuado servicio de transporte que sea seguro y confiable.
- Mejorar el dialogo social con los competidores para evitar una competencia desleal.

Tabla 24. Plan de acción socios de la compañía

PLAN DE ACCIÓN						
Dirigido	Socios de la compañía					
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un código de ética que sea de conocimiento de todos los socios. 					
Grupos de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
INTERNO: <ul style="list-style-type: none"> Todos los socios 	COMPORTAMIENTO ÉTICO	Realizar un código de ética que contemple sus valores, principios y compromisos, más significativos por la compañía para ser cumplidos por todos los socios sin importar su nivel jerárquico. Socializarlo por medio de una reunión, establecida por el gerente y la junta general de socios.	Semestral	Junta general de socios Gerente	Socios que conocen el código de ética	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de socios que conocen el código}}{\text{Total de socios de la compañía}}$

OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la comprensión de responsabilidad social a de todos los socios. 					
Grupos de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Interno: <ul style="list-style-type: none"> Todos los socios. 	COMPORTAMIENTO ÉTICO RESPETO A LOS INTERESES DE LAS PARTES INTERESADAS	Impartir capacitaciones a los socios sobre la responsabilidad social por medio de reuniones trimestrales. Introducir información por medio de folletos que expliquen la importancia y beneficios que tiene una organización comprometida con RS.	Trimestral	Comisario	Conductores con conocimiento en responsabilidad social	N° de conductores con conocimiento en RS/Total de conductores

Nota: *Elaboración por autor*

Tabla 25. Plan de acción medio ambiente

PLAN DE ACCIÓN						
Dirigido	Medio ambiente					
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Conocer si la emisión de gases CO2 y la seguridad de la flota vehicular es la adecuada para seguir desarrollando su servicio de transporte. 					
Grupos de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Interno: <ul style="list-style-type: none"> Comunidad Local 	TRANSPARENCIA COMPORTAMIENTO ÉTICO	Cuando se realice la revisión técnica vehicular (RTV) verificar si la emisión de gases esté en los límites permitidos al igual que la seguridad vehicular, para contar con unidades legales de transitar y no representen un peligro de tránsito.	Anual	Personal Operativo Comisario	Vehículos aprobados en condiciones ambientales y de seguridad	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de vehículos aprobados por la RTV}}{\text{Total de vehículos en la compañía}}$

OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar una cultura responsable de consumo del recurso eléctrico y del agua. 					
Grupos de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Interno: <ul style="list-style-type: none"> Directiva. Personal Operativo. 	TRANSPARENCIA	Revisar el valor de las planillas de consumo de agua y electricidad, de manera mensual para reducir de su consumo en lo posible.	Mensual	Comisario	Porcentaje de agua reducida	Porcentaje de consumo mensual/Promedio anual de consumo de agua
	COMPORTAMIENTO ÉTICO	Evitar en lo posible malgastar o desperdiciar los recursos.		Todos los socios	Porcentaje de electricidad reducido	Porcentaje de consumo mensual/Promedio anual de consumo de electricidad
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar el reciclaje en la compañía. 					
Grupos de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula

<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Junta general de socios. • Directiva. • Personal Operativo. 	<p>TRANSPARENCIA</p> <p>COMPORTAMIENTO</p> <p>ÉTICO</p>	<p>Implementar botes de basura en la oficina y alrededor del parqueadero vehicular, clasificados en basura orgánica e inorgánica.</p> <p>Incentivar una campaña de reciclaje de las 4r; reciclar, reducir, reutilizar y recuperar.</p> <p>Reducir los insumos de oficina que se consideren innecesarios realizando un análisis de los menos importantes.</p>	<p>Permanente</p>	<p>Todos los socios</p>	<p>Basureros recicladores de la compañía</p>	<p>N° de basureros recicladores/Total de basureros</p>
<p>OBJETIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aportar de manera voluntaria con organizaciones que promuevan proyectos para contribuir a mejorar el medio ambiente. 					
<p>Grupos de interés</p>	<p>Principio</p>	<p>Actividades</p>	<p>Tiempo</p>	<p>Responsable</p>	<p>Indicador</p>	<p>Formula</p>

<p>Externo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad Local 	<p>TRANSPARENCIA</p> <p>COMPORTAMIENTO ÉTICO</p>	<p>Contribuir con organismos que requieran de una participación voluntaria para realizar cualquier actividad o proyecto en beneficio del medio ambiente de la provincia de Bolívar, por ejemplo: reforestación de bosques, entre otras.</p> <p>Aportar con insumos que sobren en la compañía y sean de utilidad contribuir a las organizaciones.</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Todos los socios</p>	<p>Numero de organizaciones a las que se les brindo el apoyo voluntario.</p>	<p>N° organizaciones apoyadas</p>
---	--	--	-------------------	-------------------------	--	-----------------------------------

Nota: *Elaboración por autor*

Tabla 26. Plan de acción sociedad-comunidad

PLAN DE ACCIÓN						
Dirigido	Sociedad o Comunidad					
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a personas vulnerables en situación de calle. 					
Grupo de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Externo: Comunidad local	<p>COMPORTAMIENTO ÉTICO</p> <p>RESPECTO A LOS INTERESES DE LAS PARTES INTERESADAS</p>	<p>Apoyar a personas vulnerables que estén en situación de calle por medio de actos filantrópicos.</p> <p>Realizar aportaciones a fundaciones u organizaciones que apoyen esta causa.</p> <p>Compartir folletos a la comunidad local con información de organizaciones que</p>	Anual	Todos los socios	Apoyo a personas vulnerables	N° de personas que se les ha brindado apoyo.

		brindan servicios de apoyo y números de contacto de emergencia para ayudar a las personas sin hogar a acceder a la ayuda que necesitan.				
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacer a los clientes con un adecuado servicio de transporte que sea seguro y confiable. 					
Grupo de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Externo: Clientes	<p>RESPECTO A LOS INTERESES DE LAS PARTES INTERESADAS</p> <p>TRANSPARENCIA</p> <p>COMPORTAMIENTO ÉTICO</p>	<p>Implementar un buzón de sugerencia, para que los clientes compartan su nivel de satisfacción o inconformidad con el servicio prestado.</p> <p>Asegurarse de que los vehículos estén en buen estado, con revisiones técnicas y</p>	Trimestral	Personal Operativo (Conductores)	Satisfacción del cliente	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Clientes Satisfechos} - \text{N}^\circ \text{ Clientes Inconformes}}{\text{Total de clientes trimestrales}}$

		<p>mantenimiento preventivo y correctivo.</p> <p>Mantener una limpieza adecuada por dentro del vehículo para brindar el servicio de transporte en las mejores condiciones de aseo.</p>				
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el dialogo social con los competidores para evitar una competencia desleal. 					
Grupo de interés	Principio	Actividades	Tiempo	Responsable	Indicador	Formula
Externo: Competencia	<p>RESPECTO A LOS INTERESES DE LAS PARTES INTERESADAS</p> <p>TRANSPARENCIA</p> <p>COMPORTAMIENTO ÉTICO</p>	<p>Generar una relación respetuosa y profesional entre la competencia del sector a través de un dialogo social en reuniones con sus representantes legales.</p>	Semestral	Gerente	Competencia leal	<p>N° de competidores con los que se ha dialogado/ Total de competidores en el sector</p>

Nota: *Elaboración por autor*

4.- SEGUIMIENTO

Esta fase pretende verificar el cumplimiento del plan de acción para verificar el desempeño de los objetivos propuestos.

Cabe mencionar, para que el modelo sea considerado un éxito, es necesario cumplir al 100% con cada meta propuesta.

Tabla 27. *Seguimiento del plan de acción*

Objetivos	Actividad	Meta	Impacto que se desea generar	Porcentaje de cumplimiento que se espera cumplir	Observación
Implementar un código de ética que sea de conocimiento de todos los socios.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un código de ética que contemple sus valores, principios y compromisos, más significativos por la compañía para ser cumplidos por todos los socios sin importar su nivel jerárquico. • Socializarlo por medio de una reunión, establecida por el 	Todos los socios comprenden y tienen en claro la importancia de contar con un código de ética propio para la compañía que les permita	Un código de ética bien comunicado y comprendido por todos los socios, será capaz de mantener un ambiente laboral más respetuoso, colaborativo y ético.	El 100% de los socios comprende el código de ética.	Al aumentar el número de los socios, que conocen el código de ética serán más propensos a cumplir con responsabilidad sus funciones y cumplir con prácticas de responsabilidad social.

	gerente y la junta general de socios.	desarrollar prácticas de responsabilidad social.	Esto puede aumentar la satisfacción de los socios para cumplir con sus obligaciones de manera responsable, lo que fortalecería su compromiso con la compañía.		
Garantizar que el trato en la compañía sea respetuoso y equitativo, sin discriminación de ideologías, religión o condición sexual	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar políticas de no discriminación en el que se prohíba la discriminación en todos sus aspectos, incluyendo su ideología, la religión y la orientación sexual. Comunicar esta política a todos los socios. 	La compañía crea políticas de no discriminación para evitar inconvenientes relacionados con la misma.	La directiva de la compañía estará conformada por mujeres y hombres, para demostrar un ambiente equitativo sin discriminación.	Los socios comprenden en un 100% la política de no discriminación.	

	<ul style="list-style-type: none"> Realiza revisiones semestrales de las políticas y prácticas de igualdad y no discriminación para garantizar que sigan siendo efectivas. 				
Fortalecer la comprensión de responsabilidad social a de todos los socios.	<ul style="list-style-type: none"> Impartir capacitaciones a los socios sobre la responsabilidad social por medio de reuniones trimestrales. Introducir información por medio de folletos que expliquen la importancia y beneficios que tiene una organización comprometida con RS. 	Todos los socios de la compañía comprenden la información de RS.	Los socios de la compañía estarán mejor preparados para tomar decisiones responsables y mejorar las actividades que desempeñan, considerando su responsabilidad social	Todos los socios de la compañía comprenden un 100% la información de RS.	Al fortalecer el conocimiento se pretende ayudar a los socios a comprender los principios éticos y valores corporativos que guían las prácticas de responsabilidad social de la compañía.

<p>Conocer si la emisión de gases CO2 y la seguridad de la flota vehicular es la adecuada para seguir desarrollando su servicio de transporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando se realice la revisión técnica vehicular (RTV) verificar si la emisión de gases esté en los límites permitidos al igual que su seguridad, para contar con unidades legales de transitar y no representen un peligro de tránsito 	<p>Todos los socios (conductores) conocerán si su vehículo está cumpliendo con los requisitos para operar normalmente con la validez de la RTV.</p>	<p>Mantener un registro preciso de las emisiones de CO2 que cumpla con las regulaciones ambientales y reducir el riesgo de multas y sanciones legales por no contar con vehículos seguros.</p>	<p>El 100% de vehículos cumple con los requisitos para seguir desempeñando el servicio de transporte.</p>	<p>Conocer la emisión de gases (CO2) y la seguridad de la flota vehicular, será fundamental para evaluar y mejorar la sostenibilidad ambiental al igual que la seguridad vehicular.</p>
<p>Fomentar una cultura responsable de consumo del recurso eléctrico y del agua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar el valor de las planillas de consumo de agua y electricidad, de manera mensual para reducir de su consumo en lo posible. 	<p>La compañía reduce notablemente el uso de los recursos.</p>	<p>Concienciar a los socios a tener un consumo responsable de los recursos.</p>	<p>El 100% de los socios se comprometen a reducir el consumo de estos recursos.</p>	<p>Verificar la reducción de consumo en planillas de luz y agua, es fundamental para, fomentar una cultura responsable de consumo de los recursos naturales y</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar en lo posible malgastar o desperdiciar los recursos. 				sean conscientes de su uso.
Incentivar el reciclaje en la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar botes de basura en la oficina y alrededor del parqueadero vehicular, clasificados en basura orgánica e inorgánica. • Orientar una campaña de reciclaje de las 4r; reciclar, reducir, reutilizar y recuperar. • Reducir los insumos de oficina que se consideren innecesarios realizando un análisis de los menos importantes 	Los socios de la compañía comprenden la importancia del reciclaje.	Disminuir la cantidad de desechos generados en el entorno de trabajo, contribuye a la reducción de la contaminación ocasionada por los socios.	El 100% de los socios comprende con éxito la importancia del reciclaje.	Al concienciar a los socios sobre la importancia de realizar reciclaje, sus acciones individuales podrían mejorar para mantener una mejor conservación de desperdicios no renovables y renovables.

Aportar de manera voluntaria con organizaciones que promuevan proyectos para contribuir a mejorar el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir con organismos que requieran de una participación voluntaria para realizar cualquier actividad o proyecto en beneficio del medio ambiente de la provincia de Bolívar, por ejemplo: reforestación de bosques, entre otras. Aportar con insumos que sobren en la compañía y sean de utilidad contribuir a las organizaciones. 	Todos los socios de la compañía comprenden la importancia de aportar de manera voluntaria con insumos o mano de obra para realizar una reforestación de los bosques.	Contribuir a la reforestación, protección y conservación de los bosques de Guaranda ayuda a preservar y restaurar los ecosistemas locales, la biodiversidad y hábitats naturales.	El 100% de los socios se compromete de manera voluntaria a contribuir con insumos o mano de obra para realizar un cambio positivo en el medio ambiente de la provincia.	Al aportar de manera voluntaria a proyectos de reforestación en los bosques de Guaranda, se está contribuyendo a la protección del medio ambiente local y permite reducir el cambio climático.
Apoyo a personas vulnerables en	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar a personas vulnerables que estén en 	La compañía genera una ayuda para	Al ayudar a las personas vulnerables se	El 100% de los socios genera un aporte para	Brindar apoyo a personas vulnerables es contribuir al

situación de calle.	<p>situación de calle por medio de actos filantrópicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar aportaciones a fundaciones u organizaciones que apoyen esta causa. • Compartir folletos a la comunidad local con información de 	personas vulnerables en situación de calle.	espera causar un cambio en su estilo de vida, mejorando sus condiciones para vivir, por ejemplo; un refugio, alimento, atención médica y apoyo emocional.	contribuir con ayuda a personas en situación de calle.	bienestar y optimizar su calidad de vida, para que no vuelvan a pasar por esas situaciones.
Satisfacer a los clientes con un adecuado servicio de transporte que sea seguro y confiable.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un buzón de sugerencia, para que los clientes compartan su nivel de satisfacción o inconformidad con el servicio prestado. • Asegurarse de que los vehículos estén en buen estado, con revisiones técnicas y mantenimiento preventivo y correctivo. 	Conocer el nivel de satisfacción del cliente en los viajes realizados.	Identificar a los conductores que brindan un excelente servicio para que pueden ser recompensados o reconocidos, lo que puede motivar a otros a seguir su ejemplo.	Se conoce en un 100% el nivel de satisfacción los clientes	Una relación sólida con los clientes es clave para la fidelización y asegura el éxito y la reputación de la compañía.

	<ul style="list-style-type: none"> Mantener una limpieza adecuada por dentro del vehículo para brindar el servicio de transporte en las mejores condiciones de aseo. 				
Mejorar el dialogo social con los competidores para evitar una competencia desleal.	<ul style="list-style-type: none"> Generar una relación respetuosa y profesional entre la competencia del sector a través de un dialogo social en reuniones con sus representantes legales. 	Evitar la competencia desleal.	El diálogo social puede ayudar a detectar, prevenir prácticas anticompetitivas que podrían dañar la industria y aportar claridad para competir en un ambiente justo.	Se evita la competencia desleal en un 100%	

Nota: *Elaboración por autor*

5.- COMUNICACIÓN

5.1.- Comunicación interna

Para lograr la comunicación de los objetivos planteados en el plan de acción del modelo, será necesario que la máxima autoridad de la compañía pueda designar de entre todos sus miembros teniendo en cuenta un perfil adecuado (responsable, honesto, puntual) como sugerencia al Comisario, para hacerse cargo de informar cada uno de los objetivos cumplidos, acompañado del gerente o presidente de la compañía, por medio de reuniones de manera periódica en la cual se debe entregar un informe con los resultados obtenidos.

5.2.- Comunicación externa

En el caso de desear compartir el cumplimiento o avance de los objetivos hacia el público externo es necesario que compartan la información por medio de sus páginas oficiales de FACEBOOK o publicaciones en noticias de la localidad.

CONCLUSIONES

La realización de este proyecto permitió diseñar un modelo de responsabilidad social para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A., dedicada a brindar el servicio de transporte legal en la ciudad de Guaranda, ya que no contaba con uno, ni con un código de ética, esto no quiere decir que sus actividades eran realizadas deficientemente. Pero, con el aporte realizado la realización de prácticas responsables le permitirá mejorar su comportamiento ético y desarrollar sus funciones de manera responsable.

Tras la fundamentación teórica realizada, se pudo conocer las características que presenta la responsabilidad social y el principio de comportamiento ético, ya que permitió reconocer la importancia que tienen estas dos variables para dirigir una organización responsable de sus decisiones y acciones con respeto hacia la sociedad, comunidad y el medio ambiente.

La propuesta permitió diseñar el modelo de responsabilidad social, estructurado en cinco fases; Presentación, se da una descripción básica de la compañía. Diagnóstico, se realizó un análisis situacional por medio de un análisis FODA para establecer una serie de objetivos estratégicos y usar a favor sus fortalezas y disminuir sus debilidades. Planeación, se realizó un plan de acción con objetivos de beneficio para los socios, la comunidad local y el medio ambiente. Seguimiento, pretende demostrar el cumplimiento de los objetivos propuestos. Y comunicación, que permitirá comunicar el avance y cumplimiento de los objetivos, realizando un informe.

La creación del plan de acción, permitió establecer indicadores que permitirán saber el cumplimiento de cada objetivo propuesto para la compañía, y conocer si contribuyen al bienestar de sus grupos de interés, además de permitirles realizar prácticas responsables para lograrlo.

Finalmente se puede demostrar a otras PYMES que, la ejecución de buenas prácticas y acciones responsables, dejen de ser realizadas de manera empírica y sean realizadas de manera consiente, brindando apoyo para la sociedad y medio ambiente, sin descuidar el desarrollo de sus propias organizaciones.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la compañía que considere implementar este modelo de RS diseñado exclusivamente para la misma, pues se considera que le permitirá alcanzar el reconocimiento por agentes externos como: sociedad, clientes, gobierno y competencia, considerándola como una PYME comprometida a contribuir con prácticas responsables que beneficien tanto a la compañía como a la sociedad o comunidad local y el medio ambiente, y sea capaz de aportar al desarrollo de un entorno sostenible.

Por medio de reuniones socializar el modelo de gestión por responsabilidad social sobre la base del rendimiento para conocer el punto de vista de todos los socios, así mismo se recomienda que mediante capacitaciones semestrales con todos los socios que conforman la compañía, puedan estar informados de todos los beneficios que puede otorgar la realización de prácticas responsables, a la vez que pueden seguir formulando más objetivos y actividades para ser añadidos al modelo de responsabilidad social para ponerlos en práctica.

La implementación del modelo de responsabilidad social será de beneficio para la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanaju Expres TAXGUANUJO S.A; debido a que la adecuada realización de sus procesos operativos llevadas a cabo con responsabilidad social serán la base para tener un buen rendimiento de las funciones que realizan; la junta general de socios, presidente, gerente, comisario, secretaria y conductores, pues, permitirá mejorar su conducta por mantener un adecuado comportamiento ético para asumir de manera responsable sus decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Véliz, M., Lovato Torres, S., & Buñay Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Labrunée, M. (2018). *El Crecimiento y el Desarrollo*. Nulan: <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2883/1/labrunee-2018.pdf>
- Abad García, J. A. (2018). *Diseño de un modelo de gestión socialmente responsable para pymes del Ecuador, 2017: Caso de estudio Empresa Logex Operaciones Guayaquil [Tesis de maestría, UTPL]*. Repositorio Institucional - Universidad Técnica Particular de Loja. <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/23083/1/Abad%20Garc%c3%ada%20Jorge%20Armando.pdf>
- Acevedo Sánchez, I., Castillo Trejo, A., & Ortega Montiel, M. d. (2019). Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la PYME, caso Tula-Tepej, México. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 6(12), 48-65. <https://doi.org/10.29057/estr.v6i12.4166>
- Acosta Restrepo, J. (2021). *Diseño de un Modelo de Intervención desde la Responsabilidad Social Empresarial Interna para Disminuir los Niveles de Rotación de los Empleados de Campo en Soagrocol [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]*. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.54574>
- Acuña Moraga, O., Severino González, P., & Cires Gómez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Encuentros*, 17(2), 178-186. <https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.979>
- Arroyo Chacón, J. I. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional de Administración*, 9(1), 87-103. <https://doi.org/10.22458/rna.v9i1.2104>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Asamblea Nacional. Registro Oficial 449:

<https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador-1.pdf>

- Ávila Espinoza, A. C., & Cedeño Pico, M. R. (2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *DOMINIO DE LAS CIENCIAS*, 6(3), 730-742. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1312>
- Ávila Espinoza, A. C., & Cedeño Pico, M. R. (2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 6(3), 730-742. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1312>
- Ayala Del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*(54), 173-198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Barrera Silva, N. (2020). La responsabilidad social con los stakeholders: Deuda impagable con la naturaleza en tiempos de crisis climática. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 2(1), 40-61. <https://doi.org/10.52948/rcca.v2i1.162>
- Barrio Fraile, E. (2018). La gestión de la responsabilidad social corporativa: Propuesta de un modelo teórico. *Questiones Publicitarias*, 1(22), 59-68. <https://doi.org/10.5565/rev/qp.311>
- Bencardino Villa, A. (2023). *Gestión de stakeholders en Pymes del Valle de Aburrá en el sector alimentos [Trabajo de Pregrado, Universidad EIA]*. Repositorio Institucional - Universidad EIA. <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/5989>
- Burgos Romero, C. (2018). La Responsabilidad Social o sostenibilidad: Un enfoque desde el entorno y la comunicación. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 47-60. <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04>
- Cajiga Calderón, J. F. (s/f). *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Cemefi: <https://www.cemefi.org/centrodedocumentacion/1426.pdf>
- Cedeño Pinoargote, J. M., Alejandro Lindao, C. A., Alvarez Plua, H., & Domo Mendoza, I. H. (2021). Gestión estratégica de la responsabilidad social y la ética en las empresas de dotación de producción primaria (Empresas petroleras). *Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación*, 9(1), 34-42. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v9i1.407>

- Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres Taxguanujo S.A. (2019).
Reglamento interno de la compañía.
- Cujilema Cujilema, L. M., Barahona Yungán, J. M., Pérez Rumipamba, M. A., & Esparza Paz, F. F. (2019). LA IMAGEN CORPORATIVA EN LAS PYMES Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*(6), 1-23. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/pymes-responsabilidad-social.html/hdl.handle.net/20.500.11763/oel1906pymes-responsabilidad-social>
- De Fazio, F. (2019). Teoría de los principios: fortalezas y debilidades. *Derecho PUCP*(83), 305-327. <https://doi.org/10.18800/derechopucp.201902.010>
- Echeverría Ríos, O. M., Almazán, D. A., & Medina Quintero, J. M. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *INNOVAR*, 23(69), 133-148.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>
- Farinango Conlago, E. Y., & Mera Macato, N. A. (Marzo de 2022). *Modelo de Responsabilidad Social Empresarial y Condiciones laborales para la empresa Cream Aventurate de la provincia de Cotopaxi - Ecuador*. [Proyecto de investigación pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional - Universidad Técnica de Cotopaxi.
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8856>
- Fonseca, I., Bernate, J., & Cristian, P. (2022). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte. Una revisión sistemática (Models of corporate social responsibility in the sports sector. A systematic Review). *Retos*, 43, 1106-1115. <https://doi.org/10.47197/retos.v43i0.87911>
- Fundación ASISPA. (20 de Febrero de 2020). *¿Qué importancia tiene la Responsabilidad Social?* <https://fundacionasispa.org/importancia-responsabilidad-social/>
- Gamboa Aragundi, J. A., Salinas Herrera, L. J., Salcedo-Muñoz, V. E., & Nuñez Guale, L. A. (2022). EL TRIPLE BOTTOM LINE EN LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: CASO UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA. *TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(2), 430-444.
<https://doi.org/10.36390/telos242.14>

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2019).
CONCESIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN.
- González Buitrago, C. A., Méndez Cagua, M., & Moreno Barón, S. G. (2021).
Modelo de integración de los principios de responsabilidad social (ISO
26000:2010), de la gestión de la calidad (ISO 9001:2015) y empresas
familiarmente responsables (EFR 1000-1) en grandes y medianas
organizaciones. *Episteme. Revista de divulgación en estudios
socioterritoriales*, 14(2), 92-111. <https://doi.org/10.15332/27113833.8388>
- González Masip , J. (2018). Los grupos de Intéres y su importancia en la
propuesta de valor de la empresa. *Boletín Económico De ICE*, 1(3096), 47-
57. <https://doi.org/10.32796/bice.2018.3096.5693>
- Guambo Guambo, A. W. (2018). *Responsabilidad social como ventaja
competitiva para el sector de las empresas familiares de la provincia de
Tungurahua [Tesis de pregrado, UTA]*. Repositorio Institucional -
Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28868>
- Gutiérrez Calderón , M., & Prieto Pulido, R. (2022). Responsabilidad Social
Empresarial Interna: entre el imaginario social y lo real. *PsiqueMag*,
11(2), 22-30. <https://doi.org/10.18050/psiquemag.v11i2.2107>
- Hirsch Adler, A. (2019). Principios éticos que guían el desempeño de académicos
de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México. *Revista
Iberoamericana De Educación Superior*, 10(29), 143-157.
<https://doi.org/10.22201/iissue.20072872e.2019.29.528>
- Juárez López, D. (Noviembre de 2019). *Modelo de responsabilidad social
empresarial [Tesis de grado, Instituto Tecnológico de Celaya]*.
<https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/453/1/Juarez%20L%C3%B3pez.pdf>
- LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y
SEGURIDAD VIAL. (07 de Agosto de 2008). *LEY ORGÁNICA DE
TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL*. Registro
Oficial 398. 07 de Agosto de 2008.
- Lizcano Prada, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa
(RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales
y Humanas*, 18(34), 119-134.
<https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2018.1/a08>

- Machado Moscoso, J. E. (2021). *MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA SEMAFOVIAL S. A.* [Tesis de Maestría, UNIVERSIDAD ISRAEL]. Repositorio Institucional - Universidad Israel. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2700/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2021-009.pdf>
- Madroñero Palacios, S., & Guzmán Hernández, T. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista Tecnología En Marcha*, 31(3), 122-130. <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- Martín Izquierdo, E. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial Interna: Gestión estratégica responsable de los Recursos Humanos. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*(13), 74-83. <https://doi.org/10.36791/tcg.v13i0.80>
- Moguel Liévano, M. d., Camacho Solís, J. I., & Gordillo Rodas, R. I. (2021). Los sistemas de gestión ambiental: premisas para el desarrollo sustentable en las organizaciones. En M. Mafud Toledo, *CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN* (Vol. 1, págs. 161-173). Universidad Autónoma de Chiapas. <http://www.congresociica.unach.mx/revista/revista-4-vol-2021.pdf>
- Olaya Delgado , N., Vargas, A., & Jiménez Calderón , Y. (2018). La responsabilidad social empresarial en La Amazonía. *Revista UNIMAR*, 36(1), 109-121. <https://doi.org/10.31948/unimar.36-1.7>
- Ormaza Andrade, J. E., Cantos Ochoa, M. E., & López Castillo, J. E. (2021). Responsabilidad Social en las Pymes ecuatorianas. Nueva normalidad y desarrollo sostenible. *FIPCAEC*, 6(1), 211-236. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.438>
- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 175-193. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33241>
- Orozco Carvajal, L. J., & Arboleda Mazo, W. H. (2018). Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial (RSE): un panorama integrador desde lo ambiental, social, tecnológico y económico. *UNACIENCIA*, 11(20), 20-26. <https://revistas.unac.edu.co/ojs/index.php/unaciencia/article/view/184>

- Pérez, G. C. (2019). Aportes desde la psicología educativa para el desarrollo de los valores y ética profesional. *Revista de Investigacion Psicologica*(21), 11-35. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2223-30322019000100003&script=sci_arttext
- Plasencia Soler, J. A., Marrero Delgado, F., Bajo Sanjuán, A. M., & Nicado García, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63-73. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Rojas Martínez, C., Niebles Nuñez, W., Pacheco Ruíz, C., & Hernández Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad. *Información Tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Romero Palacios, V. A. (2019). *La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos? [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]*. Repositorio Institucional - Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8793/1/14443.pdf>
- Saá Loor, J. L., Vasco Gualotuña, C. A., Holovaty, M., & Donoso Vargas, D. J. (2020). Indicadores de a responsabilidad social en las empresas. *RECIMUNDO*, 4(1), 366-378. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.366-378](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.366-378)
- Salcedo Muñoz, V. E., Peña Neira, X. A., Moreno Loayza, C., & Señalin Morales, L. O. (17 de 09 de 2019). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TRANSPORTE PUBLICO URBANO DE LA CIUDAD DE MACHALA - ECUADOR. *ECA Sinergia*, 14-24. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1629
- Tapia Bonifas, A., Gavilánez Vega, M., Jácome Tamayo, S., & Balseca Castro, J. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 7(4), 68-89. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.68-89/>
- Ulloa Toalombo, D. G. (2022). *MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA EMPRESAS TURÍSTICAS DEL CANTÓN GUARANDA*. [Tesis de maestría, PUCESA]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3951>

- Uribe Macías, M. E. (2018). *MODELO DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ÁMBITO DE LOS PROYECTOS, ENFOCADO AL SECTOR CONSTRUCCIÓN* [Tesis de Doctorado, Universidad EAN]. Repositorio Institucional - Universidad EAN. <http://hdl.handle.net/10882/9063>
- Vidal Barba, G. V. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*. [Tesis de maestría, UASB]. Repositorio Institucional - Universidad Andina Simón Bolívar. <http://hdl.handle.net/10644/7172>
- Wulf Betancourt, E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial: un desafío corporativo*. Editorial ebooks Patagonia - Editorial Universidad de La Serena. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecaueb/titulos/190619>

ANEXOS

Anexo 1 Cronograma de Gantt


ACTIVIDADES	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Crear el tema y aprobación del tema.																				
Capacitación sobre el proceso de modalidad de titulación.																				
Presentación de la ficha de inscripción a la UIC																				
Presentación del tema y denuncia del tema																				
Corrección del tema propuesto																				
Aprobación del tema por parte del director.																				
Elaboración de Justificación, Objetivos de la investigación, diseño y formulación de hipótesis y las variables																				

Anexo 2 Presupuesto Ejecutado

CANTIDAD	PRECIO	DETALLE	COSTO
1	\$ 235,00	Laptop	\$ 235,00
10	\$ 6,75	Movilización	\$ 67,50
30	\$ 0,50	Copias	\$ 15,00
1	\$ 1,00	Carpeta	\$ 1,00
6 meses	\$ 25,00	Papelería: carpeta, hojas, esferográficos	\$ 150,00
6	\$ 2,50	Alimentación	\$ 15,00
TOTAL, PRESUPUESTO			\$ 483,50

Nota: Elaboración propia

Anexo 3. Carta de aceptación de la compañía

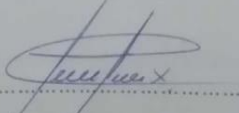

COMPAÑIA DE TAXI EJECUTIVO
GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.
RUC: 0291519687001
Dir: Vía Ambato – Guaranda y Av. Ernesto Che Guevara
Guaranda, 05 de Julio del 2023
Oficio GDA- TAXGUANUJO S.A.


Señores
Andrés Barahona y Jennifer Pazmiño
Estudiante de la Universidad Estatal de Bolívar
Presente. -
De mi consideración

YO, ANGEL MIGUEL AROCA IZURIETA portador del documento de identificación número 020130947-3, representante legal y gerente general de la COMPAÑIA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A., perteneciente a la provincia Bolívar, me dirijo para dar respuesta a su pedido, **AUTORIZO** realizar su proyecto de investigación en nuestra institución, **TITULADO:** “MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑIA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A, EN LA CIUDAD DE GUARANDA EN EL AÑO 2022”

Por la atención al presente, manifiesto mis agradecimientos

Atentamente,


Sr. Angel Miguel Aroca Izurieta
GERENTE GENERAL



DIRECCIÓN: CALLE AV. ERNESTO CHE GUEVARA A UNA CUADRA DE LA UEB.
MAIL: guanujoexpress2018@hotmail.com
TELEFONO: 032206567 GUARANDA-GUANUJO CELULAR: 0989178243

Anexo 4. Guía de Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Entrevista dirigida al gerente de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

OBJETIVO: Compilar datos que permita desarrollar un proyecto de investigación modalidad titulación.

1.- ¿Tiene usted conocimiento de la responsabilidad social, que es para usted?

Si, conozco el termino de responsabilidad social cuando estuve cruzando mi formación universitaria. Por lo que entiendo se lo relaciona con prácticas responsables que las empresas crean o adoptan para tener un acercamiento con la sociedad y mejorar su relación.

2.- ¿Por qué cree usted que la compañía no ha implementado un modelo de responsabilidad social?

Principalmente, por la falta de asesoramiento de cómo realizarlo y además porque no se consideró que puede ser una ventaja hacia la competencia.

3.- ¿Considera usted que los valores éticos de la compañía permiten que los socios mantengan un adecuado comportamiento ético para realizar prácticas de responsabilidad social?

Considero que nuestros valores y principios como cualquier otra compañía son adecuados para poder realizar prácticas responsables, aunque debo reconocer que no tenemos establecido un código de ética que pueda sustentarlos de manera documental.

4.- ¿Según usted cuál es la motivación que toman las empresas que deciden incorporar prácticas de responsabilidad social?

Pienso que su motivación es para ser reconocidas en la sociedad, y le permita mejorar su entorno social y medioambiental. Y también porque las empresas que son conscientes de causar un gran impacto negativo obligatoriamente deben darle una solución responsable.

5.- ¿Cree usted que los socios realizan prácticas de responsabilidad social?

Si, estoy seguro que se realiza, aunque no todos los socios tengan en claro cuando lo estén realizando puede ser empíricamente.

6.- ¿Se aplica algún tipo de sanción cuando se presentan inconvenientes internos, ocasionados por comportamientos éticos inadecuados por parte de los socios?

Nos manejamos con un reglamento interno en el que especificamos nuestras sanciones, pero no se han presentado eventualidades mayores en que de debamos

aplicarlas, pues el comportamiento ético de los señores socios con los clientes y las autoridades no ha sido motivo de sanciones.

7.- ¿Considera que la compañía necesita un modelo de responsabilidad social, para convertirse en una organización responsable de sus decisiones y mejorar el rendimiento de las funciones que cumplen los socios?

Considero que sí, pues la incorporación de un modelo de responsabilidad social podría convertirnos en la única compañía de taxis en Guanajuato que ha reconocido su responsabilidad de contribuir a mejorar nuestro entorno, pues las decisiones que tomemos en la compañía deberán ser realizadas con la responsabilidad de todos nuestros socios para mejorar su rendimiento de funciones.

8.- ¿Cree usted que el entorno laboral de la compañía está influenciado por el comportamiento ético de cada uno de los socios?

Considero que, sí, porque cada socio ha sabido manifestar su comportamiento ético para realizar sus actividades correspondientes, lo que ha permitido que el entorno laboral pueda ser eficiente y sea posible seguir desarrollando nuestra actividad comercial.

9.- ¿Cree usted que el desarrollo de actividades por parte de los empleados mejoraría si se implementa un modelo de responsabilidad social?

Considero que implementar un modelo de responsabilidad social, sí podría mejorar el desempeño de las actividades, pues implicaría asumir con responsabilidad cada tarea que lleven a cabo los socios de la compañía.

10.- ¿Cree usted que un modelo de responsabilidad social contribuya a mantener un adecuado consumo de los recursos en la compañía?

Considero que sí ayudaría a mantener un adecuado consumo de los recursos en la compañía, pues podría menorar el valor del consumo mensual de luz eléctrica y agua potable.

11. ¿Cómo clasificaría usted a los grupos de interés de la compañía?

Principalmente estarían clasificados; por la junta general de socios, la directiva y los conductores que conformamos la compañía. Además de los clientes, la comunidad local y podría incluir a la competencia con la cual se debería mantener una relación profesional.

12. ¿Considera importante reconocer el impacto que un vehículo ocasiona en el medio ambiente y sociedad?

Claro que sí es importante reconocer de manera voluntaria que un vehículo ocasiona contaminación todos los días, por el hecho de los gases que emite y los desperdicios o desechos que cada vez que se realiza un mantenimiento se debe desechar.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Guía de encuesta

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Encuesta a los socios de la Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A.

OBJETIVO: Compilar datos que permita desarrollar un proyecto de investigación modalidad titulación.

Indicación: Marque con una equis o un visto la respuesta que usted considere adecuada.

1.- ¿Cree usted que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía reconocer su responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

2.- ¿Cree usted que el principio de comportamiento ético influye para que las decisiones se tomen con responsabilidad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

3.- ¿Está usted de acuerdo que un modelo responsabilidad social contribuirá al desarrollo de la compañía?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

4.- ¿Considera usted que el principio de comportamiento ético les permite a los socios de la compañía asumir sus funciones internas con responsabilidad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

5.- ¿Considera usted que un modelo de responsabilidad social permite ser más responsable con los grupos de interés?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

6.- ¿Cree usted que actuar con un adecuado comportamiento ético mejorara las relaciones sociales y los valores éticos de la compañía?



Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

7.- ¿Considera usted que por medio de un modelo de responsabilidad social la compañía mejorará su relación con los grupos de interés?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

8.- ¿Considera usted adecuado que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía cumplir con prácticas responsables para el beneficio de la sociedad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

9.- ¿Considera usted adecuado que un modelo de responsabilidad social le permita a la compañía cumplir con prácticas responsables para el beneficio de la sociedad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

10.- ¿Usted cree que debe haber algún cambio en los principios de la compañía que permitan mejorar el comportamiento ético de sus socios hacia el medio ambiente y la sociedad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

11.- ¿Considera usted que el servicio de transporte se lo realiza con un comportamiento ético adecuado?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

12.- ¿Cree usted que, realiza prácticas responsables sin necesidad de un modelo de responsabilidad social?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 6 Fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN		Inicio	09:30 am
N°	1	Finalización	11:10 am
Lugar	Instalaciones de la compañía.		
Razón	Visita a las instalaciones de la compañía.		
HORA	Observación		
09:30 am - 10:00 am	En la visita a la instalación de la compañía de "TAXGUANUJO S.A", en compañía de la presidenta Ing. Rosa Izurieta, se pudo observar que sus instalaciones son adecuadas para desempeñar el servicio de transporte. Pues, cuenta con un amplio estacionamiento que esta adecuado en dos áreas; aseo o lavado del vehículo, y la parada de espera.		
10:00 am - 10:40 am	En el caso de la oficina el orden y la limpieza es notable, pero, su tamaño es limitado. Además de no poseer basureros para reciclaje.		
10:40 am - 11:10 am	La compañía cuenta con vehículos adecuados para servir el servicio de transporte de taxi pues se evidencio que cuentan con; identificación como TAXI ejecutivo, el color amarillo de las unidades vehiculares, el nombre de la compañía y su taxímetro.		

FICHA DE OBSERVACIÓN		Inicio	10:30 am
N°	2	Finalización	13:00 pm
Lugar	Instalaciones de la compañía.		
Razón	Solicitar documentos de la compañía		
HORA	Observación		
10:30 am - 12:00 pm	El propósito de la visita fue adquirir información que el sr. gerente, gentilmente accedió a compartir respecto al contenido del reglamento interno donde se especifican las funciones que desempeña la junta general socios, el gerente, presidente, comisario y la secretaria; y el código de ética, sin embargo, los valores y principios, no estaban respaldados por un documento que los valide.		
12:00 pm - 12:30 pm	Luego de una charla con la presidenta, procedió a realizar una revisión de archivos que pudieron constatar que no cuentan con documentos que respalden sus valores y principios.		
12:00 pm - 13:00 pm	Se procedió a averiguar con algunos socios que ocupan el cargo de conductores y demostraron que la mayoría desconocía sus valores y principios.		

FICHA DE OBSERVACIÓN		Inicio	14:30 pm
N°	3	Finalización	15:10 pm
Lugar	Instalaciones de la compañía.		
Razón	Observar si los socios conocen del tema		
HORA	Observación		
14:30 pm - 15:10 pm	Se procedió a visitar las instalaciones de la compañía, en una reunión de socios, donde el tema a tratar fue la elaboración del proyecto, donde se observó que, la responsabilidad social es un tema de poco conocimiento, pues desconocen de las ventajas que representa un modelo de RS		

FICHA DE OBSERVACIÓN		Inicio	10:50 a. m.
N°	4	Finalización	11:10 a. m.
Lugar	Vehículo de la compañía		
Razón	Utilizar el servicio de transporte		
HORA	Observación		
10:50 am - 11:10 am	Se procedió a utilizar el servicio de transporte de taxi de la compañía, donde se pudo observar que al momento de ingreso a la unidad vehicular existe un saludo cortés de por medio, se consulta el destino de llegada, la activación del taxímetro se realiza el momento que el vehículo se puso en marcha; en el traslado la experiencia del conductor hizo que el viaje fuera rápido y seguro, respetando con profesionalismo las señales de tránsito, una vez que se llegó al destino, la tarifa marcada en el taxímetro fue respetada. Además, el aseo del vehículo era notable.		

Anexo 7. Ruc de la compañía

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES		SOCIEDADES			
NUMERO RUC:	0291519687001				
RAZON SOCIAL:	COMPAÑIA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.				
NOMBRE COMERCIAL:					
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS				
REPRESENTANTE LEGAL:	AROCA IZURIETA ANGEL MIGUEL				
CONTADOR:	SEGURA MESTANZA KARINA ESTEFANIA				
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	19/11/2018	FEC. CONSTITUCION:	26/10/2018		
FEC. INSCRIPCION:	19/11/2018	FECHA DE ACTUALIZACION:			
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:					
SERVICIOS DE TAXIS.					
DOMICILIO TRIBUTARIO:					
Provincia: BOLIVAR Cantón: GUARANDA Parroquia: GUANUJO Calle: AV. ERNESTO CHE GUEVARA Referencia ubicación: A UNA CUADRA DEL BY PASS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR Telefono Trabajo: 032206567 Celular: 0985268181 Email: guanujexpress2018@hotmail.com					
DOMICILIO ESPECIAL:					
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:					
* ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES					
* ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI					
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA					
* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO					
* DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES					
* DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE					
* DECLARACION MENSUAL DE IVA					
<small>Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gob.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% del IVA.</small>					
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001		ABIERTOS:	1	
JURISDICCION:	ZONA 5 BOLIVAR		CERRADOS:	0	
					
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE			SERVICIO DE RENTAS INTERNAS		
<small>Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).</small>					
Usuario:	VMCG121009	Lugar de emisión:	GUARANDA/GARCIA MORENO	Fecha y hora:	19/11/2018 14:21:56



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 0291519687001
RAZON SOCIAL: COMPAÑIA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 19/11/2018
NOMBRE COMERCIAL:			FEC. CIERRE:
			FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

SERVICIOS DE TAXIS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: BOLIVAR Cantón: GUARANDA Parroquia: GUANUJO Calle: AV. ERNESTO CHE GUEVARA Referencia: A UNA CUADRA DEL BY PASS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR Telefono Trabajo: 032206567 Celular: 0985268181 Email: guanujoexpress2018@hotmail.com

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

19 NOV 2018
 UCRONICA BOLIVAR
 GUARANDA

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: VMCG121009 **Lugar de emisión:** GUARANDA/GARCIA MORENO **Fecha y hora:** 19/11/2018 14:21:56

Anexo 8. Nómina de socios

	APELLIDOS Y NOMBRES
1	ALBIÑO SAENZ JUAN CARLOS
2	GUAMBUGUETE YAUQUI ANIBAL HERIBERTO
3	ROLDAN ANDRADE WILLIAN RUPERTO
4	AROCA IZURIETA ANGEL MIGUEL
5	CAIZA TUALOMBO CHRISTHIAN PATRICIO
6	SALTOS SALTOS WILMER PEDRO
7	TACO TANQUINO HOLGUER RIQUELME
8	GUERRERO ZAPATA CRISTIAN SILVANO
9	PILCO ATACUSHI RODRIGO PATRICIO
10	GUTIERREZ QUILLIGANA DARWIN RICARDO
11	NINABANDA IZURIETA RUTH KATHERINE
12	ZUÑIIGA ROMERO KATHERIN ELENA
13	PILCO PURCACHI FRANCO JUNIOR
14	IZURIETA FIERRO ROSA INÉS
15	TORRES VILLACIS MERCEDES IRALDA

Fuente: Compañía de Taxi Ejecutivo Guanujo Expres TAXGUANUJO S.A AÑO 2022

Anexo 9. Fotografías

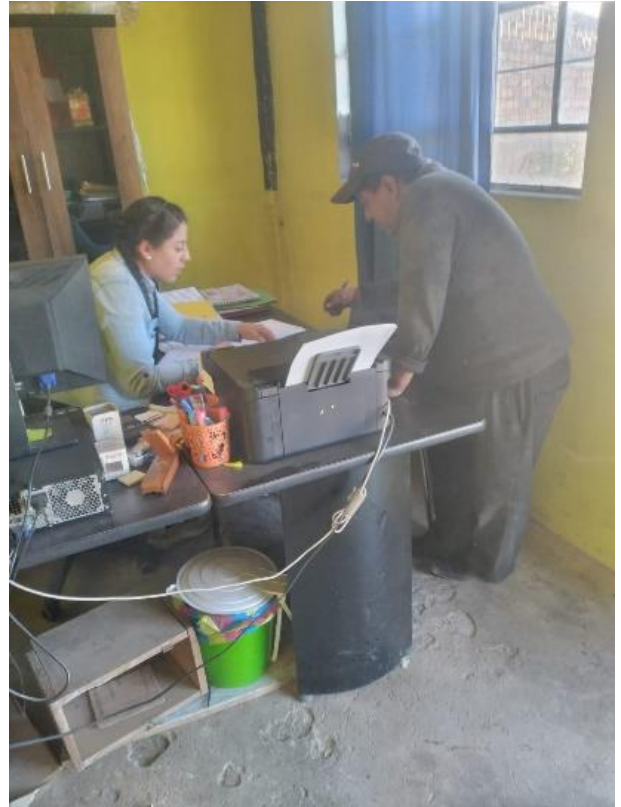
Visita a física a la compañía.



Parqueadero de la compañía.



Encuesta realizada a conductores



Entrevista con el sr. Gerente.



Encuesta a la presidenta y comisario



Vehículo de la compañía



Anexo 10. Certificado de Turnitin

UEB
UNIVERSIDAD
ESTADAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA


**ING. JAVIER GARCÍA EN CALIDAD DEL DIRECTOR DEL TRABAJO
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado "MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL PRINCIPIO DE COMPORTAMIENTO ÉTICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXI EJECUTIVO GUANUJO EXPRES TAXGUANUJO S.A., EN LA CIUDAD DE GUARANDA EN EL AÑO 2022", presentado Andrés Ezequiel Barahona Malan estudiante de la **carrea de Contabilidad y Auditoría** pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta TURNITIN, reflejando un **porcentaje de similitud del 3%**, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 20 de noviembre del 2023

Atentamente,



Ing. Javier García
Director(a)

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador

Anexo 11. Reporte de Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
AB TESIS FINAL (Reparado) 1.docx	BARAHONA
RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
28505 Words	160468 Characters
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
151 Pages	3.7MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Nov 20, 2023 1:25 PM GMT-5	Nov 20, 2023 1:27 PM GMT-5

● **3% de similitud general**
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 3% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de publicaciones

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados
- Coincidencia baja (menos de 40 palabras)
- Fuentes excluidas manualmente

*3% similitud
no tiene nada
w. no es*

Resumen

Turnitin