Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Ingeniera en Marketing

Autor:

Viviana Alexandra Romero Palacios

Director:

Ing. Marco Antonio Ríos

Cuenca - Ecuador

2019

Tabla de contenido

1. Sección 1 IV

1.1. Resumen (Abstract)- La Responsabilidad Social Empresarial IV

1.2. Abstract-Corporate Social Responsability V

2. Sección 2: Materiales y Métodos 2

2.1. Definir los objetivos de la revisión: 2

2.1.1. Objetivo de esta investigación: 2

2.2. Realizar la búsqueda bibliográfica: 2

2.2.1. Consulta de bases de datos y fuentes documentales. 3

2.2.2. Establecimiento de estrategias de búsqueda 3

2.2.3. Especificación de los criterios de selección de documentos 4

3. Sección 3: Introducción: Responsabilidad Social Empresarial 5

3.1. Definiciones de Responsabilidad Social 5

3.1.1. Historia: 5

3.1.2. Definiciones a lo largo de la historia 6

3.1.3. Teorías: 9

3.2. Objetivos de la Responsabilidad social Empresarial. 13

3.3. Importancia de La Responsabilidad Social 14

3.4. Características de la Responsabilidad Social 15

3.4.1. Principios Básicos de la RSE 16

3.5. Tipos de responsabilidad social. 18

3.5.1. Responsabilidad Social Empresarial Interna: 18

3.5.2. Responsabilidad Social Empresarial Externa: 21

3.6. Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial 25

3.6.1. Ventajas externas de la RSE: 25

3.6.2. Ventajas Internas de la RSE: 27

4. Sección 4: Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad 29

4.1. Responsabilidad Social Empresarial mundial 29

4.1.1. Objetivos de los indicadores de RSE 30

4.1.2. Bases Internacionales de la Responsabilidad Social Empresarial: 33

4.1.3. Razones para la utilización de la RSE 34

4.1.4. La RSE en la América Latina: 37

4.1.4.1. Condiciones de la RSE en América Latina 38

4.1.5. La RSE en Europa: 40

4.2. Responsabilidad social Empresarial en el Ecuador 42

4.3. Responsabilidad Social Empresarial en Cuenca-Ecuador 45

4.3.1. Aplicación de la RSE en las empresas cuencanas y su importancia. 46
5. Sección 5: Responsabilidad Social Empresarial Medioambiental. 48
5.1. Que es la Responsabilidad Social Medioambiental 49
5.2. Objetivos de la Responsabilidad Social Medioambiental 49
5.3. Importancia de la Responsabilidad Social Medioambiental 50
5.4. Características de la Responsabilidad Social Medioambiental 51
6. Sección 6 53
6.1. Conclusión: 53
7. Bibliografía: 55

1. Sección 1

1.1. Resumen (Abstract)- La Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial busca llegar a un equilibrio entre lo económico, social y ambiental para contribuir a los objetivos de la empresa y de su relación con la comunidad.

Participar de la RSE puede contribuir a la consecución de los objetivos de una organización.

Hoy en día son más las empresas que no miden la importancia de la RSE la siguen viendo solo como una herramienta para obtener mayores ingresos y no con el afán de colaborar con la sociedad.

En países de Europa el tema de RSE está mucho más desarrollado que en América Latina.

En Ecuador este concepto, busca desarrollarse. Empresarios y consumidores tienen expectativa sobre el tema.

TODOS estamos preocupados con las actividades ambientales. Todos buscamos una relación de comunicación verdadera entre empresa y sociedad.

Palabras Claves: Responsabilidad social empresarial, medio ambiente, ética empresarial.

1. Section 1

1.1. Abstract - Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility seeks a balance between the economic, social and environmental balance to contribute to the achievement of the objectives of an organization. Many companies still do not see the importance of CSR, they continue to see it only as a tool to obtain greater income and not with the desire to collaborate with the society. In European countries, the issue of CSR is much more developed than in Latin America and Ecuador, but little by little this term is becoming known with the help of multinational companies that contribute to the introduction of new trends based on the experience in European countries and North America. Environmental corporate social responsibility are those activities carried out by organizations to achieve a true company-society relationship. Its objective is to determine the resources that organizations use in the manufacture of their products.

Key Words: Corporate social responsibilities, environment, Business ethics.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Dpto. Idiomas

Translated by
Ing. Paul Arpi

INTRODUCCIÓN

Titular de todos los días: **“MILES DE MILLONES EXIGEN RESPONSABILIDAD A LAS EMPRESAS.”** Empresarios enfrentan un desafío. Consumidores demandan responsabilidad social.

Los empresarios exploran estrategias que van más allá de solo generar más utilidades, sino que también incorporan aspectos sociales y ambientales en su gestión empresarial. Los consumidores esperan más de las empresas y de sus productos y servicios.

Consumidores y empresarios, son cada día más conscientes de la necesidad de adoptar a la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión. Fluyen cada vez y con más frecuencia, campañas e ideas con el objetivo de motivar a las empresas a que voluntariamente se unan al propósito de ser social y ambientalmente responsables.

El consumidor y las empresas de hoy en día están cada vez más conscientes de la responsabilidad social al momento de fabricación, distribución y venta; está claro, que el objetivo de toda empresa es lograr beneficios, pero no por encima de todo, para esto es importante tomar en cuenta el impacto que tendrán sus acciones tanto en el presente como a futuro.

2. Sección 2: Materiales y Métodos

El presente artículo tiene como metodología la revisión bibliográfica de la responsabilidad social empresarial para determinar la relevancia e importancia de esta y asegurar la originalidad de una investigación. Además, permite que otros investigadores consulten las fuentes bibliográficas citadas, pudiendo entender y quizá continuar el trabajo realizado. La metodología propuesta se compone de las siguientes etapas:

2.1. Definir los objetivos de la revisión:

En primer lugar, es necesario definir los objetivos que tiene la persona que está realizando el artículo, en base a estos se determinará el tipo de revisión que se va a redactar. Dependiendo del carácter que tenga el objetivo pueden ser, descriptivo-exploratorio, explicativo, analítico o experimental.

2.1.1. Objetivo de esta investigación:

El objetivo que guía esta investigación es entender el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental.

Identificar las Diferencias entre Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Ambiental.

2.2. Realizar la búsqueda bibliográfica:

2.2.1. Consulta de bases de datos y fuentes documentales.

La búsqueda de la información para la realización del artículo tiene que ser exhaustiva de fuentes bibliográficas.

Según Dankhe (Merino-Trujillo, 2011, pág. 37)existe 3 tipos de fuentes de información para elaborar el artículo.

- Fuentes primarias u originales:

-Fuentes secundarias:

-Fuentes terciarias

Para realizar la búsqueda del tema a tratar se utilizó artículos publicados en periódicos y revistas indexadas con el objetivo de brindar una investigación de calidad.

2.2.2. Establecimiento de estrategias de búsqueda

La estrategia de búsqueda fue utilizar palabras claves como: Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad ambiental y ética empresarial en sitios o buscadores como Google Académico ya que se buscaba la veracidad de la información; la misma que fue efectiva ya que el resultado fueron artículos con el contenido que se buscaba.

2.2.3. Especificación de los criterios de selección de documentos

El criterio utilizado fue basado en la revisión de la bibliografía de los conceptos utilizados en el artículo con el fin de verificar la calidad de contenido de este.

Se buscó documentos en donde la información esté clara para evitar que se preste para una mala interpretación del contenido.

Antes de utilizar la información de cualquier artículo se realizó una lectura exhaustiva con el fin de ir descartando los documentos que no aportaban a la investigación.

3. Sección 3: Introducción: Responsabilidad Social Empresarial

3.1. Definiciones de Responsabilidad Social

3.1.1. Historia:

Para indagar en este tema es conveniente estudiar su evolución a través de los años, de esta manera se podrá tener una mejor comprensión del concepto que percibimos en la actualidad.

En el siglo XIX y hasta la mitad del siglo XX; el término era desconocido. Había instituciones encargadas de buscar soluciones a los problemas existentes en la sociedad. Afínales de la primera mitad del siglo XX, nace el interés en ciudadanos y empresas de contribuir al bienestar de la sociedad, aceptando la existencia de dicha responsabilidad y la necesidad de ser parte de una mejora en la sociedad. Este suceso tiene un impulso importante del libro Social Responsibilities of the Businessman, de Howard R. Bowen.

Durante la segunda mitad de este siglo; las empresas empiezan a notar la importancia y el impacto que tienen las mismas en su entorno, al reconocer los daños y riesgos causados por su funcionamiento hay empresas que deciden voluntariamente proponer normas internas y externas para amigarse con la sociedad y con el medio ambiente.

En los años sesenta se inicia reclamaciones sociales motivadas por las actividades de las empresas. Y las empresas buscan estrategias para atender esos reclamos.

Cada vez más gobiernos, más grupos empresariales, más consumidores, más proveedores, más gente pida un compromiso para una mejor relación entre empresas, personas y naturaleza.

3.1.2. Definiciones a lo largo de la historia

A lo largo de la historia podemos encontrar algunos autores que han propuesto diferentes significados de la Responsabilidad Social Empresarial, según su entendimiento de los sucesos y la evolución de este tema en sus momentos. He aquí varios de los conceptos más aceptados.

- **Definición según Carroll:**

  "La responsabilidad social de las empresas engloba las expectativas económicas, legales y éticas que la sociedad tiene de las organizaciones" (Carroll, 1979, pág. 499)

- **Definición según la Comisión de las Comunidades Europeas:**

> "La RSC es la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlo1cutores". (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, pág. 7).

- **Definición según Amnistía Internacional:**

> "La RSC es el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan y configuren sus relaciones con sus interlocutores". (Amnistia Internancional, 2002, págs. 41-43)

- **Definición según Entorno:**

> "La RSC es el compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sustentable. Trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local, y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida." (Entorno, 2003)

- **Definición según AECA:**

"La RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad en la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa". (AECA | Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas., 2004)

- **Definición Según Gatta:**

"La RSC se refiere al proceso mediante el cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y de un medio ambiente más limpio". (Gatta, 2004, pág. 27).

- **Definición según Nieto:**

"La RSC es un concepto por el cual las empresas incorporan voluntariamente criterios sociales y medioambientales en las actividades económicas y en las relaciones con sus grupos de interés". (Nieto, 2004, pág. 253)

- **Definición según Gallizo:**

La RSC se refiere a la puesta en práctica de políticas formales y de sistemas de gestión en el campo social y medioambiental, de las

que luego se debe informar de modo transparente y con contraste externo de los resultados. (Gallizo, 2006, pág. 11).

- **Definición según Castellanos:**

  La RSC supone un reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de las organizaciones, de las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales, y de respeto a los derechos humanos, que den lugar a la elaboración de políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan a los diferentes grupos de interés y que permitan configurar sus relaciones con éstos. (Castellanos, 2007, pág. 2226).

3.1.3. Teorías:

A través del tiempo existen muchas teorías expuestas acerca de la RSE y junto con ellas clasificaciones que buscan entender el comportamiento de las organizaciones frente a las acciones de carácter social.

A continuación, se describirán las clasificaciones dadas por 3 autores:

- Según Carroll (Giulani , Monteiro, Zambon, Betanho, & Lima Faria, 2012, pág. 17) expone la existencia de áreas en las que una empresa puede hacer gestiones de carácter socialmente responsable.

- **Responsabilidades Económicas:**

  -Responsabilidad para accionistas.

  -Trabajos que sean buenos para los empleados.

  -Calidad en productos y servicios para los clientes.

- **Responsabilidades Legales:**

  -Cumplimiento de leyes y reglamentos establecidos.

- **Responsabilidades Ética:**

  -Las acciones de la empresa se deben realizar buscando lo correcto y lo justo.

- **Responsabilidad Filantrópicas:**

  -Contribuir con la sociedad de manera voluntaria.

  -Mejorar la calidad de vida.

- Según Lantos, (Herrera & Días M., 2008, págs. 13-14)por otro lado apoya a la existencia de 4 aspectos para ser socialmente responsable.

  - **Visión de generación de ganancias como fin único:**

    -Maximización de las utilidades de la empresa como único objetivo, pero respetando las leyes.

  - **Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado:**

    -Respeto no solo a las leyes como tal sino también las normas impuestas por el entorno.

- **Visión de bienestar social:**

  -Las empresas deben estar conscientes de los daños que causan a la sociedad y por lo tanto debe hacer de cargo de estos tomando en cuenta a los grupos de interés.

- **Visión de empresa al servicio de la comunidad:**

  -Consiste en que las empresas deben usar sus recursos de manera positiva para brindar bienestar a la sociedad.

- Según Melé (Alvarado Herrera, 2007, pág. 119) existen 4 grupos de teorías:

  - **Teorías Instrumentales:**

    -La acciones de RSE deben estar pensadas para que contribuya con el desarrollo económico de las empresas; obteniendo beneficios para los accionistas. En este enfoque importa solo la relación entre la sociedad y la empresa.

    Esta a su vez se divide en:

    a) Maximización del valor de los accionistas (shareholders).

    b) Estrategias para lograr ventajas competitivas.

    c) Marketing relacionado a alguna causa.

- **Teorías Integradoras:**

  -La RSE tiene que identificar las demandas sociales para después responder por estas logrando mayor aceptación social.

  Esta a su vez se divide en:

  a) Aspectos administrativos o de gestión.

  b) Principio de responsabilidad pública.

  c) Gestión de grupos de interés [stakeholders].

  d) Desempeño social corporativo.

- **Teorías de carácter político:**

  -En este enfoque la sociedad ejerce presión sobre la organización a participar activamente en acciones de bienestar social.

  Esta a su vez se divide en:

  a) Constitucionalismo corporativo.

  b) Teoría integradora del contrato social.

  c) Ciudadanía corporativa.

- **Teoría sobre Ética y Moral:**

  -Esta teoría tiene un enfoque de bien común, se centra en el desarrollo de actividades de RSE con el fin de contribuir al respeto de los derechos universales.

  Dentro de estos encontramos:

  a) Teoría normativa de los grupos de interés [stakeholders].

b) Derechos humanos.

c) Desarrollo sostenible.

d) Enfoque del bien común.

3.2. Objetivos de la Responsabilidad social Empresarial.

Está claro que las empresas de hoy en día tienen como propósito principal el crecimiento empresarial, que les permita ser estables en el mercado y así garantizar su permanencia. Lograr una imagen positiva en la mente del público y fortalecerse en el ámbito empresarial. La RSE brinda un aporte significativo a esta propuesta.

El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial es llegar a la consecución del equilibrio entre lo económico, social y ambiental.

Al implementar acciones o estrategias basadas en la responsabilidad social empresarial se busca obtener impacto positivo en los diferentes ámbitos en los que se desarrolla la empresa y con los cuales esta tiene relación. De esta manera se puede lograr no solo contribuir a la sociedad en la que está inmersa si no también contribuir a la competitividad y sostenibilidad de la empresa; ya que la influencia de la RSE está en relación directa con el crecimiento empresarial.

Se trata de una relación entre beneficios-reciprocidad y los objetivos de la empresa en comunión con la comunidad en la que se maneja.

3.3. Importancia de La Responsabilidad Social

Las empresas de hoy en día deben ver a la responsabilidad social como una inversión que genera beneficios en la misma empresa. Solicitar a sus stakeholders que se unan a este objetivo que traerá para unos y otros mayores ganancias y satisfacción de la comunidad de la cual son parte.

El problema principal radica en la falta de conocimiento y entendimiento del concepto de RSE por parte de la sociedad y de las empresas que forman parte de la misma, debido a esto las estrategias que puedan utilizar las empresas basadas en la responsabilidad social empresarial son un desafío para la empresa, su presencia e impacto en el lugar o región donde se desempeña.

Es necesario que las empresas estén bien informadas al momento de implementar acciones de RSE, solo así podrán comprender la importancia de ser socialmente responsable.

La RSE en las empresas ha ido tomando relevancia ya que contribuye a la consecución de varios de los objetivos empresariales y contribuye a la mejora de las áreas tanto internas como externas de la organización, como, por ejemplo: mejor relación con los empleados, mayor compromiso por parte de estos y una actitud motivadora para trabajar, un acercamiento a los grupos de interés e incluso una acción de fidelización por parte de ellos.

3.4. Características de la Responsabilidad Social

En qué áreas los empresarios deben tomar las decisiones para ser socialmente responsables?

Hay gran variedad de iniciativas al momento de decidir acciones socialmente responsables:

- **Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa.**

  - Sueldo y salarios justos y a tiempo.
  - Mejorar el clima organizacional.
  - Constante capacitación.
  - Trato digno.
  - Trabajo en equipo
  - Entre otras.

- **Cuidado y preservación del medio ambiente.**

  Es importante que las empresas cuiden el medio ambiente y el entorno en el que se desarrollan, al igual que deben inculcar a sus empleados y exigir a sus proveedores cumplir con las normas ambientales.

- **Desempeñarse con un código de ética:**

  En la responsabilidad social empresarial la ética cumple un papel fundamental ya que las empresas que mantienen un trato ético establecen relaciones de calidad con sus cliente y proveedores esto da a la empresa mayor valor por lo que más personas buscaran hacer negocio con la misma.

- Vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también de los bienes y servicios producidos:

  Es importante que como empresa se realice contribuciones que ayuden al desarrollo de la sociedad en la que está inmersa, lo importante es colaborar mediante diferentes programas de apoyo, no solo dar **si no participar activamente.**

3.4.1. Principios Básicos de la RSE

La RSE tiene como objetivo lograr un modelo de empresa sostenible, y mediante la satisfacción de las necesidades de los consumidores llegar a influenciar de manera positiva en la mente del comprador para lograr un cambio en cuanto a ser socialmente responsable.

Según Reyno (Arbelaez D. & Hernandez, 2011, pág. 95) existen ciertos principios que la empresa debe cumplir para ser socialmente responsable:

TRANSPARENCIA: Se trata de comportamiento social de una organización y la información que se brinda a la colectividad de este comportamiento, el mismo que puede ser influenciado por las expectativas sociales.

MATERIALIDAD: Es muy importante que, al momento de la toma de decisiones en una empresa, se tome en cuenta las necesidades y expectativas de la sociedad, para así lograr alcanzar varias de las

dimensiones de la RSE, haciendo frente a los impactos que provoca la empresa.

VERIFICABILIDAD:

Al realizar acciones socialmente responsables como empresa, es importante que exista una verificación externa por parte de personas que tengan conocimiento del tema y puedan evaluar las actuaciones de la empresa.

VISIÓN AMPLIA:

Las organizaciones deben pensar más allá al momento de tomar decisiones para su propio futuro, el de sus inversionistas, sus trabajadores, la comunidad donde se encuentran a sentados y el público al cual ofrecen sus productos y servicios. Sus decisiones deben ser amplias y globales haciendo participes a la sociedad en la toma de decisiones.

MEJORA CONTINUA:

La RSE está directamente relacionada con la mejora continua de una organización ya que se integra en todos los procesos de adquisición, producción, transformación, elaboración, comercialización, distribución y venta en un proceso constante y continuo en el cual la RSE es un puntal fundamental para el desarrollo.

NATURALEZA SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN:

La RSE está más allá de lo económico y lo técnico su rol es resaltar el valor del ser humano como tal en los procesos empresariales.

3.5. Tipos de responsabilidad social.

Al hablar de RSE existe dos tipos o dimensiones según la (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, págs. 8-12):

3.5.1. Responsabilidad Social Empresarial Interna:

En una empresa al tocar el tema de prácticas socialmente responsables los primeros en ser considerados son los empleados, otros aspectos son el impacto medioambiental, gestión de recursos, calidad en productos entre otros.

A continuación, detallaremos los aspectos a tomar en cuenta en la RSE Interna:

- **Gestión de los Recurso Humanos:**

  Es necesario para las empresas tomar en cuenta ciertos aspectos para lograr un ambiente laboral propicio para los empleados; entre estos encontramos:

  - Formación continua.
  - Equilibrio entre Familia-Trabajo-Tiempo libre.
  - No Discriminación.

- **Salud y Seguridad en el trabajo:**

  Factor fundamental para el crecimiento y desarrollo de las empresas. Parte de su ética y su moral como conceptos.

  La SST dentro del término RSE conlleva:

  - Cumplir con las normas laborales.
  - Promover la salud y seguridad como base para impulsar sus productos y servicios y al momento de obtener productos ajenos a la empresa.

- **Adaptación al cambio:**

  Las empresas de hoy en día se ven afectadas por ciertos factores del mercado y los avances tecnológicos que les obligan a realizar cambios, a estos cambios se les denomina reestructuraciones. Estas acciones en muchos de los casos nos llevan a un recorte de personal, baja de sueldos, entre otras.

  Estas reestructuraciones que tienen como objetivos ser como empresa más competitivos y maximizar la eficiencia económica.

  Desde el punto de vista de la RSE e necesario lograr un equilibrio y tomar en cuenta a todos los grupos de individuos que sufrirán los efectos de estos cambios.

Es por eso que las empresas deben tomar una planificación para sus decisiones y concebirlas para que su efecto sea positivo para la mayor parte de las personas de la comunidad de su empresa y de sus accionistas.

- **Gestión del Impacto Ambiental y lo recursos naturales:**

Las empresas están tomando conciencia de su impacto en el medio ambiente las propias circunstancias, en muchos casos, les obligan. Su impacto en el medo ambiente o en la sociedad causa alarma.

Las empresas al gestarse deben incubar iniciativas respecto del bienestar al interior de la empresa, de su proceso y oferta de servicios, de su relación con la comunidad y de su vinculación y cuidado con el entorno.

Es por eso que en la actualidad las empresas pueden contribuir al cuidado ambiental disminuyendo el consumo de recursos, desechos o la emisión de contaminantes. Al igual que optimizar tiempos o recursos para lograr reducir gastos de energía, por ejemplo, entre otras acciones que pueden representar una ventaja para la empresa.

Una buena herramienta para plantear esta gestión es la política integrada de productos (PIP), esta tiene como base un análisis minucioso de los efectos que tiene un producto durante su ciclo de vida.

3.5.2. Responsabilidad Social Empresarial Externa:

La RSE no contempla solo la empresa internamente si no también va más allá de sus propias fronteras y se extiende a las comunidades locales y a muchos interlocutores como: proveedores, clientes, ONG, autoridades públicas, entre otras.

- **Comunidades Locales:**

Comunidades locales conectadas con la empresa, son comunidades que sienten el apoyo y se benefician del crecimiento de la empresa. Las empresas representan para la sociedad fuentes de trabajo, salarios e incluso ingresos fiscales.

Las empresas en muchos de esos casos pueden ser contaminantes, debido a sus actividades de producción de bienes y servicios. Es por eso que al interactuar con el entorno físico se necesite de buenas redes de comunicación y un medio ambiente cuidado y limpio tanto para la producción como para la oferta.

- **Socios Comerciales, proveedores y consumidores**

Es importante entender que en una sociedad existen más empresas y estas siempre van a estar relacionadas entre sí ya sea cómo proveedores, clientes, competidores o subcontratistas.

Debido a esta relación los resultados sociales pueden ser positivos o negativos como consecuencia de las acciones que tomen socios, proveedores, financistas, clientes, etc.

Es relevante que al momento de plantear acciones responsables socialmente no se deben limitar solo a la empresa sino también a todos los grupos que tienen relación directa con la cadena de producción y comercialización.

Como parte de la responsabilidad social se espera que las organizaciones ofrezcan sus productos con ética, eficacia y respeto ecológico en los productos y servicios que ofrece a su mercado.

- **Derechos Humanos:**

El ámbito de los derechos humanos concierne en alto grado a las empresas ya que están directamente relacionando recursos financieros y recursos humanos. El primero es el principal objetivo de la empresa, obtener ganancias económicas, para lo cual necesita la participación plana y completa de sus recursos humanos.

Encontrar armonía entre unos y otros puede hacer que las relaciones entre empresas y comunidades sean socialmente acogidas.

Existen además entidades internacionales y gubernamentales que regulan y tratan estos temas.

Las organizaciones deben considerar a los derechos humanos en todos sus planes de gestación, crecimiento y desarrollo a nivel local, nacional o internacional y establecer canales de comunicación para la solución de problemas éticos, jurídicos, comerciales o políticos.

Los gobiernos y las empresas deben tener la capacidad para identificar sus propios aciertos y errores. Sus socios estratégicos y sus proveedores, sus socios y sus valores, su ética y su negocio.

Es difícil identificar que acciones competen a las empresas y no a los gobiernos, como motivar a sus proveedores y socios para que respeten valores importantes o qué camino tomar frente a sociedades en las que la violación de los derechos es cosa común.

Hoy en día existen varias entidades que motivan a las empresas para que adopten acciones relacionadas con los derechos humanos y medio ambiente, estas campañas van dirigidas también a sus proveedores y socios.

Estas conductas contribuyen a mejorar la imagen corporativa de una empresa y causan una reacción positiva en los consumidores.

Estos códigos de conductas responsables adoptados de manera voluntaria por las empresas complementan las normas de obligado cumplimiento existentes con respecto a los derechos humanos, pero no las reemplazan.

- **Problemas ecológicos mundiales**

El consumo de los recursos naturales por parte de las empresas afecta no solo a nivel local sino mundial. Un ejemplo de esto es la emisión de gases efecto invernadero.

Millones de personas piensan cada día en un mejor planeta para vivir y desarrollarse.

Es importante saber que si bien las empresas son las que asumen la RSE las personas que a quienes les concierne el tema tales como los trabajadores, inversores y consumidores pueden instar a la empresa a que incluyan acciones socialmente responsables.

Independientemente del tipo de RSE existen necesidades comunes identificadas en los stakeholders que son:

- **Transparencia informativa**:

  Conocimiento de aspectos importantes del impacto de una organización.

- **Participación:**

  La comunicación permanente y el diálogo son necesarios para lograr una relación de beneficio mutuo.

- **Beneficio mutuo:**

  Los individuos y grupos sociales que tienen relación con las empresas esperan obtener beneficios que contribuyan al desarrollo tanto social como económico y que el medio ambiente sea protegido y conservado.

3.6. Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

Las organizaciones que adoptan la práctica de la RSE empezarán a notar cambios en los ámbitos internos y externos de la empresa. El objetivo es tener un impacto positivo en los diferentes grupos y ámbitos que están relacionados con esta; al igual que aportar a la sostenibilidad y competitividad de la organización.

El darle una oportunidad a las acciones de RSE puede traer multiples beneficios:

3.6.1. Ventajas externas de la RSE:

- **Lealtad del consumidor:** El mercado de hoy en día espera que las empresas logren satisfacer sus necesidades y deseos con productos de buena calidad y precios razonables; pero también interesa saber más acerca del producto, condiciones de producción, certificaciones del mismo o repercusiones en el medio ambiente, salud humana. entre otras.

  La empresa encuentra que la aplicación de la RSE genera lealtad del consumidor.

- **Fidelización y nuevos clientes:** Los consumidores al ver empresas que contribuyen con causas sociales se ven identificados. Esto crea un vínculo de la empresa con clientes presentes y futuros clientes. Las empresas amigables con la RSE se ven favorecidas por la fidelidad de sus clientes y por la curva ascendente de nuevos clientes. A todos les interesa el bienestar social y el medio ambiente.

- **Confianza y transparencia con los proveedores:** Es importante que una empresa cumpla con las reglas y contratos de los proveedores, de esta manera obtendrá cumplimiento por parte de estos en tiempo, en calidad de los insumos, etc. Los proveedores también deben animarse a adoptar el modelo de gestión que se ajusta con la persona y con el medio ambiente.

- **Credibilidad:** La empresa que cumple con la responsabilidad social y desarrolla sus acciones en esta dirección gozara de la credibilidad y aprecio de la sociedad en la que está inmersa.
- **Acceso a nuevos segmentos de mercado:** La contribución al bienestar social puede ampliar el mercado permitiendo a la empresa llegar a nuevos segmentos con necesidades insatisfechas.

3.6.2. Ventajas Internas de la RSE:

Con la aplicación de la RSE el ambiente interno de la empresa mejora, esto se refleja en sus procesos ya que la gente que interviene en estos deja ver un mayor compromiso; contribuyendo a un desarrollo óptimo de la organización. Entre otras ventajas podemos encontrar las siguientes:

- **Estabilidad como empresa:** Desarrollo óptimo de la empresa con procesos eficientes que aportan al desarrollo social mostrando un éxito a futuro.

- **Compromiso de los trabajadores:** Trabajo en equipo por parte de los empleados y mayor interés por sus labores, lo que refleja en mejores resultados.

- **Empresa integrada por buenos profesionales:** Al brindar buenas condiciones de trabajo a los empleados, disminuye la rotación de personal y permite que la empresa se arme de personal con buenos conocimientos lo cual mejora los procesos.

- **Correcto uso de recursos:** Permite llegar a una reducción de costos en el proceso de producción y contribuye al cuidado del medio ambiente.

- **Comunicación de la Empresa:** Contribuye a la generación de nuevas ideas y estrategias por parte de los empleados para mejora de procesos y capacidad de respuesta a problemas.

- **Imagen Corporativa:** Logra una empresa con una ideología apoyada por todo su personal la cual lleva a lo consecución de los objetivos.

4. Sección 4: Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad

4.1. Responsabilidad Social Empresarial mundial

La Responsabilidad Social empresarial nació en Estados Unidos en la segunda parte del siglo XX. En los años 60 fue Martin Luther King quien le dio una nueva forma de ver a este tema.

Si bien la RSE surgió de la necesidad que tenían las empresas de mejorar su imagen ante sus clientes y proveedores, a esto se suma lograr mejor posicionamiento de mercado; pues ayudó a establecer una relación más funcional con la sociedad.

Hoy en día la contribución voluntaria por parte de las empresas es una herramienta poderosa de mercadotecnia. Lo que se inició como un objetivo de enriquecimiento se ha convertido en normas de alcance global en pro de los derechos humanos y del medio ambiente.

Algunas empresas multinacionales surgidas de los países desarrollados han contribuido de manera importante a la propagación de esta tendencia. En tanto que otras tienen ese compromiso pendiente con la sociedad global.

4.1.1. Objetivos de los indicadores de RSE

Las empresas usan indicadores de índole mundial que les permita medir los resultados de sus acciones responsables en la sociedad y medio ambiente; y en base a esto determinar las medidas para lograr transformar un impacto negativo en uno positivo.

Según Strandberg, (Duque Orozco, Cardona Acevedo , & Rendon Acvedo, 2013, págs. 178-206) "estos indicadores son de triple resultado; económicos, social y ambiental."

Según Zedek (Duque Orozco, Cardona Acevedo, & Rendon Acevedo, 2013, págs. 176-206), "estas normas tienen dos orientaciones:

-Gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes.

-Visión clara de cuáles son los conceptos principales del desarrollo sostenible y RSE."

Estos indicadores representan un grupo de valores que la organización debe considerar como suyos y buscan influenciar el comportamiento de los involucrados de manera positiva.

A nivel mundial existen ciertas normas que definen la RSE y proporciona un marco base para comunicar los indicadores de manera correcta.

En la siguiente lista detallamos algunas de las normas internacionales que las empresas deben cumplir a momento de hablar de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 1 Indicadores de RSE

NORMAS	OBJETIVOS	FUNCIÓN
Global Reporting Initiative (GRI)	Tiene como objetivo establecer indicadores estándar en contextos económicos, ambientales y sociales.	Difundir información económica, social y medioambiental
ISO 26000 (Norma Guía)	Evitar confusión e ignorancia en los conceptos básicos de la RSE cuando son aplicados, brindando la orientación adecuada.	Determinar ciertas características que las empresas deben tener para ser responsables socialmente y así contribuir al desarrollo sostenible.
Guía del Pacto Mundial	Contribuir a lograr la sustentabilidad de los mercados en los que estamos inmersos.	Trabajar en conjunto con la economía tanto local como global ya que es necesario estar informado para crecer y sobrevivir.
Norma de aseguramiento AA 1000	Lograr calidad en la comunicación al momento de rendir cuentas y evaluar aspectos sociales que realizan las empresas	Determinar cuáles son esos procesos para hacer frente a las acciones las mismas que deben responder las empresas.

SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable	Lograr un desarrollo sostenible de manera positiva que contribuya no solo a la empresa como tal si no al entorno en donde se desarrolla.	El desarrollo de un modelo en donde se detalle pautas para identificar, llegar a obtener una clasificación de los grupos de interés (Stakeholders) y determinar planes de acción.
Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas)	Ayudar a la automatización en la generación de contenido cuantificable y comparable en temas de RSE.	Brindar una serie de indicadores que permitan evaluar las acciones por parte de las empresas.
Indicadores Ethos de Responsabilida Social Empresarial	Brindar un lugar en donde se lleve a cabo intercambios de ideas o negociaciones entre pequeñas, medianas y grandes empresas en temas de RSE.	Lograr la participación de las empresas en los llamados problemas sociales con la búsqueda de soluciones a una larga lista de ellos.
Norma Social Accountability 8000 (SA 8000)	Tiene como objetivo brindar a los empleados mejores condiciones laborales.	Establecer ciertas condiciones aptas para lograr alcanzar un buen y seguro ambiente de trabajo.
OCEDE (Organización para la cooperación y desarrollo económico)	Tienen como objetivo brindar las pautas de conducta a los países miembros.	Guiar a las empresas multinacionales para contribuir al progreso económico, social y medioambiental.
OIT (Organización Internacional de Trabajo)	Hacer cumplir los derechos principales de trabajo.	Aplicación de las normes para evitar futuros problemas como el trabajo de niños, saludo y seguridad.
GSP (Principios Globales de Sullivan)	Brindar las pautas conductuales para el respeto a la igualdad de oportunidades y derechos humanos	Hacer cumplir los principias a través de la transparencia informativa

Caux Round Table:	Fomenta el respeto de los valores sociales y morales basada en la relación de amistad duradera, cooperación y a actuación responsable de cada una de las personas.	Determinar una guía para la identificación de valores compartidos y no compartidos para lograr una conducta que se fundamenta en el respeto por parte de las empresas.

Fuente: (Orozco Y., Acevedo M., & Acevedo J. , 2014)

4.1.2. Bases Internacionales de la Responsabilidad Social Empresarial:

- Lo ideal sería disminuir hasta conseguir desaparecer los impactos sociales y ambientales negativos causados por las empresas.
- Buscar la sostenibilidad de la sociedad en la que se encuentra una organización, promoviendo acciones para el desarrollo.
- La RSE debe ser consideradas en las leyes, de este modo se determinan acciones nocivas para que así se incentive a ser socialmente responsable.
- Lograr con la RSE un beneficio para todos los actores sociales no solo para ciertos grupos pasando por encima de los demás.

En los últimos años el tema de la RSE ha ido tomando mucha importancia. Es necesario destacar que en las prácticas de RSE hay que tomar en cuenta que varían entre país y país debido a las diferentes culturas y realidades económicas y políticas.

Es por eso que dichas prácticas deben ser adaptables a las diferentes situaciones; logrando sostenibilidad para alcanzar desarrollo empresarial social.

Las empresas a nivel mundial han ajustado el concepto de RSE según las necesidades de las sociedades; estableciendo como una guía para encontrar el camino al momento de enfrentar sus responsabilidades.

4.1.3. Razones para la utilización de la RSE.

Existen varios detonantes comunes detectados en casi todos los países, estos despiertan en las empresas el interés de adoptar el sistema de gestión de la RSE.

Las razones dependerán no solo del país si no del sector o empresa. Entre estos detonantes podemos enlistar los siguientes.

-Imagen Empresarial:

Este punto juega un papel fundamental en la RSE; sobre todo en la inserción de políticas.

La imagen empresarial contempla temas de condiciones laborales, relación de empresa-sociedad etc…

Las empresas que implementan acciones de RSE en sus estrategias, gozan de una alta reputación lo que contribuye a darle un valor agregado a la empresa.

En ocasiones, si las estrategias no están bien empleadas, podrían ser percibidas como gestiones encaminadas solo a obtener ganancias y no el bien social.

También puede ser vista como la fuerza para motivar a que las empresas cambien de actitud.

Es importante resaltar que la imagen empresarial puede ser definitiva para el éxito o fracaso.

-Presión del entorno:

En una sociedad existen ciertos factores o instituciones que ejercen presión en las empresas, un ejemplo son las ONG´s que miden las campañas de responsabilidad social que están en marcha y detectan su veracidad o falsedad.

Desarrollar una campaña de RSE puede ser motivo de reconocimiento público si está planteada con objetivos claros y transparentes. Esto motivaría a otras empresas a adoptar este modelo de gestión e incentivaría una sana competencia entre empresas.

Otro detonante que impulsa a la adopción de estas políticas responsables, son las leyes vigentes en los diferentes sectores en los que se desarrolla una empresa.

En el ámbito interno también hay presiones que pueden influir en la RSE, la capacitación y motivación al personal lograra alcanzar una productividad eficiente y también atender parte de las demandas laborales a la que aspiran los empleados.

Estrategias de RSE:

> Según (Briseño García, Lavín Verasteguí, & García Fernandez , 2014, págs. 73-90) "el principal lineamiento para la aplicación de RSE es encontrar un equilibrio entre lo económico y social generando un impacto positivo".

> Estas acciones, utilizadas como estrategias de carácter social, terminan considerándose acciones definitivas en las empresas, ya que hoy en día el éxito va definido por la contribución a la sociedad en la que se desenvuelve conservando el medio ambiente y dejando valores inculcados para las generaciones futuras.

> Estas estrategias tienen como objetivo buscar mejorar la vida de los miembros de la sociedad a partir de la concientización de las empresas y sus directivos. Esta decisión de comprometerse voluntariamente, poniendo a disposición de estas acciones recursos

y conocimientos que favorezcan a los grupos de interés buscando su pleno desarrollo y una relación de mutuo beneficio.

Según Porter y Kramer (Porter & Kramer, 2003) "dicen que las empresas pueden lograr una ventaja competitiva si enfocan de manera directa sus acciones de RSE a los grupos de interés o comunidad inmediata, esta estrategia es la mejor forma de hacer RSE".

Las alianzas estratégicas entre instituciones o empresas pueden contribuir a logros de los objetivos propuestos.

Briseño García, Lavín Verastegui y García Fernández (Briseño García, Lavín Verasteguí, & García Fernandez , 2014, págs. 73-90) afirman que las medidas de RSE se apoya en él trabajo en equipo.

La idea es trabajar en conjunto para lograr cambiar el pensamiento de la sociedad. Las actividades de RSE individuales son totalmente válidas, pero son más poderosas cuando se trata trabaja en equipo la búsqueda de soluciones a problemas más grandes y difíciles.

4.1.4. La RSE en la América Latina:

A pesar de que América Latina al igual que otros continentes está formando por pequeñas y medianas empresas familiares podemos encontrar que la RSE no ha tenido un desarrollo significativo. Todavía se perciben limitaciones para tomar la decisión de practicar la RSE.

Es alto el número de empresas que no asumen a la RSE como un modelo de gestión que les ayude al crecimiento empresarial compartido con la sociedad a la que pertenece. Lamentablemente el no adoptar acciones responsables sigue siendo el pensamiento dominante.

Según una investigación realizada por el Banco Internacional de Desarrollo con IKEI. En los últimos 15 años se han registrado un incremento en las actividades que pueden ser vistas como RSE las cuales han sido implementadas como respuesta a la presión que ejerce el entorno.

De acuerdo con la misma investigación se determinó que en América Latina Chile es el país que encabeza la lista donde más se aplica la RSE seguido por Argentina y México.

Si bien todavía no se le da la importancia debida a la RSE hay que resaltar que en todos los países existe por lo menos una Asociación empresarial que motiva a la inclusión de actividades de RSE.

Hoy en día existe gran interés por este tema por parte de la sociedad civil pero todavía hay mucho trabajo por adelante.

4.1.4.1. Condiciones de la RSE en América Latina

En la mayoría de los países el entorno en el que se desempeña la empresa es el que determina la situación de la RSE.

Existen ciertas condiciones dadas por la sociedad en donde labora la organización. Si bien todos los países son diferentes, existen ciertos patrones comunes. Además siempre será conveniente hacer un análisis riguroso de la sociedad en la que se encentra la empresa y de sus expectativas.

Obsérvese una lista de condicionantes de la RSE en América Latina.

Ilustración 1Condicionantes de a RSE en América Latina

Condicionantes de la RSE en América Latina

- Economías emergentes
- Tratando de sobrevivir
- Amplio territorio, menos necesidad de conservar
- Políticas inestables, y en sostenibilidad, pobres o limitadas
- Ineficiencia es tolerada, corrupción existe
- Subdesarrollo de partes interesadas *(stakeholders)* en la RSE
- Cada uno por su cuenta
- Bastante preocupación hay con resolver problemas cotidianos
- Sostenibilidad no es un lujo, pero no es prioridad
- Aislamiento de algunos sectores, mirando hacia adentro
- Desigualdad en la población es un problema (condiciona tipo de consumo)
- Desconfianza de casi todos
- Arar con los bueyes que se tienen
- Institucionalidad de la RSE es incipiente
- No restricciones a la emisión de gases de efecto invernadero
- Fallo del gobierno en la provisión de servicios
- Sólo recientemente se está logrando estabilidad
- Empresa dentro del gobierno

Figura 1. (Vives, 2008, pág. 67)

Hoy en día podemos para una empresa no es posible alcanzar sus objetivos y crecer si sus actividades se desarrollan sin tomar en

cuenta lo que sucede en su entorno. (necesidades de sus stakeholders).

Es por eso que en América Latina dadas las condiciones socioeconómicas y ambientales la responsabilidad social en términos de ética empresarial es una tarea a cumplirse para la gran mayoría de empresas grandes, medianas o pequeñas.

Existen dos caminos que las empresas pueden tomar al hablar de RSE:

-Empresas que incorporan a sus estrategias elementos de RSE como parte de la organización.

-Empresas que utilizan este tema como publicidad engañosa, lo hacen sin tomar en cuenta las necesidades de su entorno o simplemente ignoran lo que sucede en la sociedad.

4.1.5. La RSE en Europa:

En el año 1970 llegó este tema a Europa ya que las empresas empezaban a ser evaluadas no solo por su rendimiento, sino tambien por el impacto que tenían en sus respectivas sociedades. Surgieron nuevas organizaciones que impulsaron esta tendencia.

Desde el nacimiento de la RSE en Estados Unidos despertó un gran interés a nivel mundial, es por eso que al llegar a los 90 la RSE toma más relevancia aún mostrando un alto crecimiento en Europa.

La Unión Europea da a conocer su propio concepto de RSE y en el 2001 sale a la luz el Libro Verde, documento que hoy en día se usa como base de conocimiento en temas de RSE.

En la actualidad en este continente una empresa no puede relacionarse de manera correcta con la sociedad si no tiene en sus estrategias acciones responsables.

Si bien la RSE surgió en América del Norte los países de Europa le dieron mayor relevancia adelantándose así a Estados Unidos.

Según ciertos países europeos la RSE brinda aspectos positivos para la organización, pues al dar a conocer sus acciones responsables, fortalece la reputación de la empresa influyendo de manera directa al éxito de esta, llegando así a obtener lealtad por parte de los empleados, proveedores que trabajan con la empresa y clientes.

Al analizar la experiencia de las empresas europeas se puede decir que existen dos razones para la RSE:

- Pre-Económico:

  -Externa: Engloba el tema de la reputación y el impacto positivo logrando la captación de clientes.

  -Interna: Contempla el compromiso con los trabajadores de una organización. Mantenerlos motivados.

- Económicos:

  -Lograr un crecimiento constante y que con ello crezcan los beneficios.

-Incremento en ventas de la organización.

-Optimización de los procesos para la reducción de costos.

4.1.5.1. Condiciones de la Responsabilidad Social en Europa

Al igual como en otros continentes existen diferentes condiciones en la sociedad en donde se desarrolla la organización. A continuación, encontramos algunos patrones comunes en la sociedad europea.

Ilustración 2 Condicionantes de la RSE en Europa

Condicionantes de la RSE en Europa

- Economías maduras
- Intensivas en consumo, necesidad de ahorro, reciclaje
- Poco territorio, dependencia de materias primas de otros
- Políticas regionales (salud, bienestar, medio ambiente, laboral, etc.)
- Presión al buen gobierno
- Influencia de las partes interesadas
- «Competencia» entre países
- Buena infraestructura, no es un limitante
- Presión a gobiernos para demostrar y forzar sostenibilidad
- Globalización natural
- Altos ingresos
- Sector privado creíble
- Recursos humanos capacitados
- Promoción RSE en el ámbito de Europa
- Países en Anexo I firmantes del Protocolo de Kyoto
- Servicios públicos relativamente amplios y eficientes
- Larga historia de estabilidad política y económica
- Empresa cerca del gobierno

Figura 2. (Vives, 2008, pág. 67)

4.2. Responsabilidad social Empresarial en el Ecuador

A partir de la importancia que tomó la RSE en Norte América, se introduce en el territorio Latino con la llegada de algunas empresas multinacionales que eventualmente extendieron sus prácticas y estrategias en los lugares donde se encontraban.

A nivel global son las empresas grandes las que logran incorporar políticas de RSE; pero en todo el mundo la mayor parte de la comunidad empresarial se encuentra en el sector de mediana empresa.

La RSE empieza en países desarrollados y fue llegando poco a poco a otros países, aunque se puede decir que tanto en Ecuador como en América Latina en general la aplicación es todavía insipiente.

En el Ecuador no hay un significado específico de las micro, pequeñas y medianas empresas, ya que los tipos de sociedad se diferencian por su marco legal.

En el país existe todavía un alto desconocimiento en el tema de responsabilidad social empresarial, los grupos de interés no tienen las bases conceptuales como para exigir acciones responsables a las empresas. Hace falta que los dirigentes de las organizaciones descubran la concordancia entre el compromiso de las organizaciones con la sociedad, las iniciativas empresariales y el valor agregado que esto genera, trayendo como consecuencia resultados favorables en el momento del balance.

En el Ecuador existen las condiciones para alcanzar un funcionamiento armónico entre las empresas y la sociedad. Todavía es un mercado de tamaño manejable y tiene un medio ambiente bajo en contaminación, en relación con otros países de la región. El sector empresarial tiene un rol importante que cumplir en los años venideros. Los primeros pasos pueden ser pequeñas acciones

Es por eso que le primer paso a seguir son pequeñas acciones para que poco a poco se conviertan en acciones comunitarias que involucren a las empresas y sus stakeholders.

En el año 1998 nace el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES) gracias a la Fundación Esquel Ecuador reconocida por ser pionera en el tema de RSE y a Synergos Institute de EE.UU.

Este ente tiene como objetivo principal brindar una mano a las empresas que decidan formar parte de la RSE; actualmente cuenta con 46 miembros entre los que se encuentran empresas públicas, privadas, fundaciones, etc…

Estas empresas tienen incorporadas en sus labores acciones basadas en valores y principios que forman parte de su cultura organizacional.

La RSE no es solo un tema que se puso de moda como algunos empresarios lo dicen; es una nueva manera de gestionar las empresas mediante la aplicación de políticas, procesos y actividades que tengan como principio el respeto de los intereses de los Stakeholders.

Según un estudio realizado por CERES 8 de cada 10 ciudadanos ecuatorianos no conocen el término de RSE.

El Ecuador se encuentra en el puesto 79 de 108 países que en temas de RSE según el ranking expuesto por la ONG británica Accountability.

Para el desarrollo de la sociedad es de mucha importancia el papel que juegan las empresas dentro de esta.

Las empresas que toman la decisión voluntaria de ser socialmente responsables deberán guiarse por estándares internacionales y cumplir con las leyes y normas locales.

En el Ecuador se ha realizado ajustes en las leyes y exigencias para las empresas, logrando que estas centren más su atención en los efectos de su funcionamiento en la sociedad; inculcando en estas un pensamiento más ético y humanista.

De esta manera las empresas logran establecer una relación con la sociedad contribuyendo al desarrollo integral en ámbitos internos y externos.

A pesar de la existencia de herramientas para la implementación de estas estrategias en el Ecuador las empresas todavía un gran número de empresas no ven la importancia de incorporar la contribución social a sus estrategias empresariales.

4.3. Responsabilidad Social Empresarial en Cuenca-Ecuador

Para la sociedad ecuatoriana y cuencana ver el interés de las empresas por problemas sociales es un tema nuevo, por lo tanto, hay mucho por conocer al respecto y mucho por descubrir. La ciudad cuenta con un importante número de organizaciones públicas y privadas que ofertan productos y servicios de reconocida trayectoria. Sus dirigentes, en su mayoría son personas con formación académica y con un buen nivel cultural lo que permitiría llevar adelante una campaña de comunicación para incentivarles en el propósito de adoptar la RSE.

Si bien hoy en día la RSE es un modelo de gestión que debería ser aplicado en las empresas públicas y privadas y que estén conscientes de su responsabilidad

social y sus factores positivos en el tiempo y no solo como una herramienta más de Marketing?

Todo este despertar de la conciencia social brinda una perspectiva empresarial la cual busca una conexión con la sociedad o los stakeholders. Evaluado y controlado por estándares y parámetros de calidad.

En la sociedad cuencana todavía no existe un registro preciso de prácticas de RSE. Según investigaciones realizadas en el 2008 sobre el tema, se reveló que en el 90% de las empresas en el país destinan en su presupuesto menos del 1 % para prácticas de RSE.

Varios pymes de la ciudad realizan acciones de RSE, pero de forma aislada y sin cumplir con una guía para la implementación de estas prácticas en sus facetas de fabricación, comercialización, ventas, relaciones con proveedores cuidado del medio ambiente, etc.

Existe un organismo aliado de la RSE que opera en la ciudad su nombre es Agencia Cuencana para Desarrollo e Integración Regional **(ACUDIR**) que tiene como objetivo brindar un espacio para el intercambio de ideas entre empresas de los diferentes sectores con el propósito de establecer las condiciones favorables en producción, productividad, dinámica y competencia.

Este organismo capacita a los empresarios en buenas prácticas sociales que pueden ser implementadas en sus organizaciones.

4.3.1. Aplicación de la RSE en las empresas cuencanas y su importancia.

Con el paso de los años la RSE se ha ido convirtiendo en un tema de gran interés para las empresas de los diferentes sectores (privado, público, de gobierno y entidades internacionales) ya que busca llegar a un equilibrio social, económico y medioambiental.

Ahí encontramos la importancia de las prácticas de RSE por parte de las organizaciones, debido a que impulsan en mediano y largo plazo el desarrollo y sostenibilidad de las empresas cumpliendo con estándares de calidad.

Es necesario crear iniciativas y políticas con el fin de mejorar el crecimiento social y económico de una sociedad. Es importante motivar a las empresas para que asuman su rol y su responsabilidad en el crecimiento de la sociedad cuencana.

5. Sección 5: Responsabilidad Social Empresarial Medioambiental.

La economía en todo el mundo crece por las actividades empresariales al igual que el desarrollo de las sociedades. Esta dinámica trae como consecuencia graves afectaciones al medio ambiente y en algunos casos afectaciones a la salud y la vida de las personas.

Es por eso que la sociedad mundial hoy en día exige a las empresas un buen comportamiento ambiental. Este llamado es acogido en los escenarios pero no siempre cumplido en la práctica. Países muy desarrollados ocasionan contaminación ambiental en algunos casos irreparables.

Para las empresas es fundamental velar no solo por los intereses de los accionistas sino también de sus stakeholders.

Hoy en día es importante que al establecer la misión, visión y estrategias que se van a emplear en una empresa se tomen en cuenta los elementos que contemplen la defensa de los intereses tanto de la sociedad, como de sus accionistas y del entorno.

Una buena manera de prácticas de RSE es incorporar a las estrategias empresariales tácticas que contribuyan a la preservación del medio ambiente. En esta tarea deben involucrarse los directivos, todo el personal de la empresa, así como proveedores y clientes.

La investigación previa, relizada por los directivos, acerca de las condiciones del sector, de sus debilidades y fortalezas permitirá planear una estrategia diferenciadora la cual puede conducir a la empresa a obtener una ventaja competitiva.

5.1. Que es la Responsabilidad Social Medioambiental

Son todas las actividades y compromisos por parte de las empresas para establecer una relación positiva entre las actividades organizacionales y el medio ambiente. Es reconocer que la naturaleza tiene derechos y que todos tenemos obligaciones que cumplir para preservar el entorno y sus condiciones para la gente de hoy y las próximas generaciones.

Es fundamental generar conciencia no solo a las empresas sino a toda la sociedad que nos rodea con pequeñas acciones, como ejemplo de todos los días, vinculadas con el cuidado y preservación del entorno de la vivienda, la oficina, el taller o los lugares públicos.

El mundo ya no es lo que era antes, está bastante afectado por la contaminación; hay empresas que han invadido las zonas verdes con el único afán de lucrar sin importa. Se impone la necesidad de aplicar leyes y normas que controlen estos desafueros y que concienticen a las empresas en las limitaciones que se deben considerar al explotar los recursos naturales.

5.2. Objetivos de la Responsabilidad Social Medioambiental

La responsabilidad social ambiental tiene como objetivo determinar cuáles son los recursos naturales utilizados por la empresa tanto en la producción como en la comercialización de sus productos y servicios con el fin de lograr que los procesos industriales sigan normas y técnicas para reducir su impacto en el medio ambiente.

Este interés por el entorno ambiental es influenciado por la presión que ejercen hoy en día los consumidores alrededor del mundo, ya que en la actualidad, existen cada vez más personas interesadas por el medio ambiente en el que viven. Todos los días en varios lugares del planeta hay gente que reclama por el cuidado ambiental.

También las empresas van aceptando su compromiso, poco a poco de involucrarse en el cuidado y preservación del medioambiente.

Está claro que el nivel de involucramiento de las empresas va a depender en muchos de los casos de la actividad que realice la misma.

Es común que las empresas esperen a ser sancionadas por las entidades que controlan este tema para reaccionar y emplear prácticas sociales; cuando en realidad podrían sacar provecho del uso de las estrategias de responsabilidad social con lo que pueden alcanzar un nivel de eficiencia tanto administrativa como productiva.

5.3. Importancia de la Responsabilidad Social Medioambiental

En un gran número de las empresas la gestión ambiental es considerada como un gasto y no como una inversión que puede traer réditos positivos para la organización. Se da el caso que cuando existe alguna crisis de carácter económico a una de las primeras acciones que se les da de baja como medida de ajuste es a la gestión ambiental; cuando en la realidad la responsabilidad social ambiental fortalece la imagen de la empresa.

Según Pérez Espinoza, Espinoza Carrión y Peralta Mocha B (Perez Espinoza, Espinoza Carrión, & Peralta, 2016, pág. 173), “Cuando los ejecutivos desarrollan

una estrategia corporativa, casi siempre empiezan analizando las condiciones del entorno o del sector en el que operan. Después evalúan las fortalezas y las debilidades de los actores con quienes se enfrentan.

Tienen en mente estos análisis sectoriales y competitivos, se lanzan a la elaboración de una posición estratégica distintiva desde donde pueden desempeñarse mejor que sus rivales, construyen una ventaja competitiva."

5.4. Características de la Responsabilidad Social Medioambiental

-La empresa que es responsable con el medio ambiente busca optimizar la utilización efectiva de sus recursos, adopta políticas de cuidado de preservación y cuidado del medio ambiente, capacita a ejecutivos y trabajadores en estas prácticas, crea líneas de producción de bajo impacto o de cero impacto ambiental, exige a sus proveedores la adopción de prácticas similares en sus propios negocios y motiva a sus clientes hacer responsables del cuidado ambiental.

-Las prácticas de Responsabilidad Social Ambiental contribuyen a una mejor imagen corporativa. Hoy en día las personas están mucho más conscientes e informadas del impacto que pueden llegar a tener las empresas en el medio ambiente por lo que prefieren empresas que contribuyan al cuidado de la naturaleza.

-Las empresas con prácticas a favor del medio ambiente son atractivas para los inversionistas ya que también reciben las acreditaciones de organismos

nacionales e internacionales así como la aprobación del público lo que contribuye a mejorar su imagen y sus probabilidades de crecer aumentan.

-Estas empresas destinan recursos financieros y humanos para la investigación y la búsqueda de productos que brinden beneficios a los consumidores, que generen bajo impacto ambiental y que ofrezcan garantía de calidad. Esta actitud es captada por los consumidores que inclinan sus preferencias hacia estos productos o servicios en el momento de la decisión de compra.

-Las empresas responsables con el medioambiente están en constante investigación para encontrar soluciones a los problemas que puedan ocasionarse al medioambiente.

-Capacita en forma regular y continua a ejecutivos y obreros para su mejor desempeño en las actividades cotidianas y en todas las que tengan que ver con el impacto ambiental.

6. Sección 6

6.1. Conclusión:

Hoy en día las empresas enfrentan el desafío de sobrevivir en sociedades empoderadas y los avances tecnológicos permiten tener acceso a la información de todo el mundo. Las personas se enteran de las decisiones que toman los gobiernos y las empresas y de las consecuencias que esas decisiones generaran para las personas, sus familias, y su entorno.

Es por eso que la RSE en la actualidad tiene un rol fundamental, no solo para conservar la imagen empresarial, la relación con los clientes y empleados si no que además puede llegar a ser un factor muy importante para el crecimiento de la empresa y de la sociedad misma a la que se pertenece.

Cada vez más empresas se interesan en adoptar la RSE como un modelo de gestión que traerá un balance positivo para la imagen, la reputación y las finanzas de la propia institución. Las sociedades se involucran al exigir que las empresas asuman estas prácticas.

La concientización es un proceso que puede tomar tiempo pero que debe cumplirse y ser aplicado en las sociedad. Es un compromiso que ayudara al desarrollo del as empresas y al desarrollo social de las personas.

En países como Ecuador el tema está latente y son muchas las empresas que todavía no conocen o comprenden que es la RSE. Queda camino por recorrer aún. Hay que demostrar a las empresas que al implementar practicas responsables también están implementado estrategias que les puede ser de gran utilidad especialmente en épocas

de crisis y que la implementación de estas prácticas deben ser vistas como una inversión y no como un gasto.

En algunas sociedades la RSE solo representa el compromiso con el medio ambiente: lo cual refleja el poco involucramiento que tiene la sociedad con las empresas, se deja de lado el analizar el comportamiento ético y moralmente responsable.

Gracias a esta investigación se ha llegado a comprender que la Responsabilidad Ambiental Empresarial es una de las ramas de la RSE, pero no es la única, hay otras responsabilidades pendientes que tienen las empresas públicas y privadas con los miembros de la sociedad nacional y local. Las empresas deben estar prestas a involucrarse en estos nuevos modelos de gestión porque su propio crecimiento y fortalecimiento también significa que sus stakeholders.

Varios de los problemas sociales pueden ser solucionados con la participación del sector empresarial. Varios de los problemas ambientales podrían ser eliminados si las empresas toman las decisiones correctas.

Las empresas están creadas para generar valor, crear fuentes de trabajo y obtener utilidades pero su deber va mucho más allá porque también deben contribuir al desarrollo social y al cuidado ambiental. Adoptar la RSE es una tarea que debe ser cumplida por las empresas medianas o pequeñas para su propio beneficio, el de sus accionistas, sus trabajadores y sus familias. Recibirán entonces el reconocimiento de la sociedad.

7. Bibliografía:

-AECA | Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas. (2004). *Marcon conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa.*

Alvarado Herrera, A. (2007). Marketing y Responsabilidad Social Empresarial. Un mapa de navegación. *Teoría y Praxis [en linea]*, 119.

Amnistia Internancional. (2002). Empresas más responsables para una Europa más justa. *Boletin Económico del ICE 2728*, 41-43.

Arbelaez D., A. C., & Hernandez, J. S. (2011). La Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 95.

Briseño García, A., Lavín Verasteguí, J., & García Fernandez , F. (2014). Analisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. *Contaduría y Administración*, 73-90.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 497-505.

Castellanos, M. I. (2007). Propuesta de una escala de medición de la responsabilida social corporativa (RSC) en la actividad turistica. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino a futuro.*, 2622.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas.*

Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo , M., & Rendon Acvedo, J. A. (2013). Corporate Social Responsibility: Theories, Indexes, Standards and Certifications. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 178-206.

Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M., & Rendon Acevedo, J. A. (2013). Corporate Social Responsibility: Theories, Indexes, Standards and Certifications. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 178-206.

Entorno, F. (2003). *Informe sobre gestión medioambiental en la empresa.* Madrid.

Gallizo, J. L. (2006). Informar sobre la responsabilidad social de la empresa. Algo más que una moda. Responsabilidad e Información Medioambiental en la Empresa A. E. d. C. y. A. d. E. *AECA*.

Gatta, F. d. (2004). Auditorías y sistemas de gestión ambientales en la Union Europea: Evolución, regimen vigente y perpectivas futuras. *Noticias de Europa*, 27.

Giulani , A. C., Monteiro, T. A., Zambon, M. S., Betanho, C., & Lima Faria, L. H. (2012). EL MARKETING SOCIAL, EL MARKETING RELACIONADO CON CAUSAS SOCIALES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EL CASO DEL SUPERMERCADO PÃO DE AzÚCAR, DE BRASIL. *Invenio [en linea]*, pág. 17.

Herrera, A. A., & Días M., W. S. (2008). Dimensionalidad de la Responsailidad Social Empresarial Perscibida y sus efectos sobre la imagen. *Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile*, 13-14.

Merino-Trujillo, A. (2011). Como escribir documentos científicos (Parte 3). *Salud en Tabasco*, 36-40.

Nieto, M. (2004). ¿Por qué adoptan criterios RSC las empresas españolas? *Revista Economistas 104*, 253.

Orozco Y., V. D., Acevedo M., D. M., & Acevedo J. , A. R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teórías, índices, estandares y certificaciones. *Cuadernos de Administración* , 196-206.

Perez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta, M. B. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial y su Enfoque Ambiental: Una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 169-178.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2003). La Filantropía empresarial como ventaja competitiva. *Harvard Deusto Business Review.*, 7-20.

Vives, A. (2008). El Papel De La RSE en America Latina: Diferente al de Europa? *Documetno de trabajo Fundación Carolina*, 6.

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

C E R T I F I C A:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 9 de enero de 2019, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

Estudiante: Romero Palacios Viviana Alexandra con código 47140
Tema: **La responsabilidad social empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?**
Previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing
Director: Ing. Marco Ríos Ponce
Tribunal: Blga. Estefanía Cevallos Rodríguez e Ing. Verónica Rosales Moscoso

Plazo de presentación del trabajo de titulación: Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un período académico contado desde la fecha de aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 9 de julio de 2019, debiendo el Director presentar a la Junta Académica, dos informes -uno cada dos meses- sobre los avances del trabajo de titulación.

E INFORMA:

Que, en aplicación de la Disposición General Cuarta del Reglamento de Régimen Académico vigente, en caso de que la estudiante no culmine y apruebe el trabajo de titulación luego de dos períodos académicos contados a partir de su fecha de culminación de estudios, deberá realizar la actualización de conocimientos previa a su titulación.

Cuenca, 14 de enero de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Facultad de Ciencias de la Administración
SECRETARÍA

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Fecha de sustentación: **Jueves, 13 de diciembre de 2018 a las 09h00.**

1. Nombre del estudiante: **Viviana Alexandra Romero Palacios**
2. Código: 47140
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional): _____
5. Tribunal: Ing. Manuel Freire Cruz e Ing. Verónica Rosales Moscoso
6. Título propuesto: **La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?**
7. Aceptado sin modificaciones: _____
8. Aceptado con las siguientes modificaciones:

Objetivo general. "Precisar estrategias diferenciadoras entre la RSE y la R.S. ambiental.

Estructura de artículo con cronograma

9. No aceptado
10. Justificación:

_____

_____

_____

Tribunal

Ing. Marco Ríos Ponce

Ing. Manuel Freire Cruz

Ing. Verónica Rosales Moscoso

Srta. Viviana Alexandra Romero Palacios

Dra. María Elena Ramírez Aguilar

Secretaria de la Facultad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
(Tribunal)

1. Nombre del estudiante: **Viviana Alexandra Romero Palacios**
2. Código : 47140
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional):
5. Título propuesto: **La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?**
6. Revisores tribunal: Ing. Manuel Freire Cruz e Ing. Verónica Rosales Moscoso
7. Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple	No cumple
Problemática y/o pregunta de investigación		
1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	✓	
2. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓	
Objetivo general		
3. ¿Concuerda con el problema formulado?		
4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	✓	
Objetivos específicos		
5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	✓	
6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓	
Metodología		
7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	✓	
8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓	
9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓	
10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	✓	
Resultados esperados		
11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓	
12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓	
13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓	
14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓	

Ing. Marco Ríos Ponce

Ing. Manuel Freire Cruz

Ing. Verónica Rosales Moscoso

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Marketing, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?,** presentado por la estudiante **Viviana Alexandra Romero Palacios** con código 47140, previa a la obtención del título de Ingeniera en Marketing, para el día, **Jueves, 13 de diciembre de 2018 a las 09h00.**

Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificaciones ni cambios en los documentos; únicamente, en caso de diseño aprobado con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.

Cuenca, 10 de diciembre de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad

Ing. Marco Ríos Ponce .....

Ing. Manuel Freire Cruz .....

Ing. Verónica Rosales Moscoso .....

Comunicado OK
11-12-2018

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

FECHA: 05 de Noviembre de 2018

Estudiante: Viviana Alexandra Romero Palacios

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

FECHA: 07 DE DICIEMBRE DE 2018

Estudiante: VIVIANA ALEXANDRA ROMERO PALACIOS

Oficio N° 099-2018 – EIM – UDA

Cuenca, 06 de diciembre de 2018

Ingeniero
Oswaldo Merchán
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Marketing reunida en pleno, conoció la propuesta del Proyecto de trabajo de titulación denominado "La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?", presentado por la Srta. Viviana Alexandra Romero Palacios con código 47140 estudiante de la Escuela de Marketing previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing.

A fin de aplicar la guía de elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación, la Junta Académica de Marketing considera que la propuesta presentada por la estudiante cumple con todos los requisitos establecidos en la guía respectiva, por lo que de conformidad con el Reglamento de Graduación de la Facultad resolvió designar como Director al Ing. Marco Antonio Ríos Ponce y el tribunal que estará integrado por el Eco. Manuel Freire y la Ing. Verónica Rosales, quienes recibirán la sustentación del diseño del trabajo de titulación previo al desarrollo del mismo.

En caso de existir la aprobación con modificaciones, la Junta Académica resuelve que el Director del Trabajo de Titulación sea quien realice el seguimiento a las modificaciones recomendadas.

Por lo expuesto solicitamos se realice el trámite correspondiente.
Atentamente.

Atentamente.

Ing. Marco Ríos.
Coordinador de Escuela de Marketing.

Econ. Manuel Freire
Miembro de Junta Académica

Ing. Verónica Rosales
Miembro de Junta Académica

Universidad del Azuay

Oficio Director: Revisión protocolo

Cuenca, 17 de diciembre de 2018

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, **Miriam Elizabeth López Córdova** informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, denominado **"CULTURA TRIBUTARIA DE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD EN EL CANTÓN CUENCA"**, realizado por los estudiantes **María José Huiracocha Vázquez**, con código estudiantil 77312 y **Jéssica Daniela Once Rocano**, con código estudiantil 74876, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Mg. Miriam López Córdova

PARA: JUNTA ACADÉMICA DE LA CARRERA DE MARKETING

DE: DRA. MARÍA ELENA RAMÍREZ, SECRETARIA

ASUNTO: ENVÍO DE PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN.

ESTUDIANTE: **Viviana Alexandra Romero Palacios:** sin observaciones

FECHA DE EGRESAMIENTO: 1 de febrero de 2013 (cumplida actualización de conocimientos)

Fecha de revisión: 5 de diciembre de 2018

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:	Viviana Alexandra Romero Palacios
CODIGO DEL ESTUDIANTE:	47140
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0106045990
TIPO DE SANGRE:	ORH +
ETNIA:	

Indígena	
Afroecuatoriano	
Negro	
Mulato	
Montubio	
Mestizo	✓
Blanco	
Otro	

PAIS DE NACIONALIDAD:	Ecuador
PAIS DE RESIDENCIA:	Ecuador
PROVINCIA DE RESIDENCIA:	Azuay
CANTÓN DE RESIDENCIA:	Cuenca
DIRECCIÓN	
CALLE PRINCIPAL:	Cantón Sigsig
CALLE SECUNDARIA:	1ro de Mayo
NÚMERO DE VIVIENDA:	#9
PARROQUIA:	Yanuncay
TELÉFONO	
FIJO:	4150852
CELULAR:	0962917258
CORREO ELECTRÓNICO:	vivianaromerop9c@gmail.com
SOBRE DESARROLLO TRABAJO TITULACIÓN	

Tutorías	
Dirección	✓

Adjuntar copia simple del Título de Bachiller

Cuenca, 14 de diciembre de 2018

Ing.
Oswaldo Merchán Manzano
Decano Facultad de Ciencias de la Administración
Universidad del Azuay

El motivo de la presente es indicar que los cambios sugeridos por parte del tribunal examinador al diseño de trabajo de titulación perteneciente a la Srta. Viviana Alexandra Romero Palacios con código 47140 titulado "La responsabilidad social empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?".

Atentamente,

Marco Antonio Ríos Ponce
Docente / Tutor

UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

DOCTORA MARIA ELENA RAMIREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita **Viviana Alexandra Romero Palacios,** con número de cédula de identidad 0106045990, código de estudiante Nro. 47140, luego de haber cumplido con los requisitos reglamentarios y aprobado las asignaturas de los nueve niveles del pensum de estudios de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Facultad de Ciencias de la Administración, finalizó sus estudios el 1 de Febrero de 2013.

Puede la peticionaria dar a la presente certificación el uso que en derecho le compete.

Cuenca, 29 de Octubre de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Facultad de Ciencias de la Administración
SECRETARÍA

No. Derecho 0177858
rgp.-

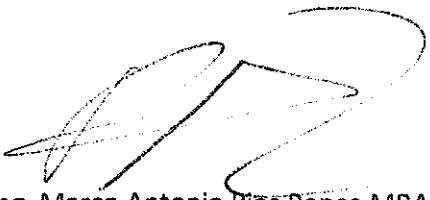
Edición Autorizada 15.000 ejemplares 865.501 - 880.500 Nº 0874568

Cuenca, 31 de octubre de 2018

Ing.
Oswaldo Merchán Manzano
Decano Facultad de Ciencias de la Administración
Universidad del Azuay

Reciba un cordial saludo el motivo de la presente es indicar que he revisado el diseño de trabajo de titulación perteneciente la Srta. Romero Palacios Viviana Alexandra con código 47140 con código 47140 con el título "La Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental, ¿Son sinónimos" " el mismo que cumple con los requisitos para seguir con el proceso respectivo.

Atentamente,



Ing. Marco Antonio Ríos Ponce MBA.

Docente

UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

Cuenca, 30 de octubre de 2018

Ingeniero

Oswaldo Merchán Manzano

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Yo Viviana Alexandra Romero Palacios Con C.I: 0106045990, con código ua047140 egresada de la escuela de Marketing, solicito a usted de la manera más atenta, la aprobación del diseño de Trabajo de Titulación.

Por la atención que sabrá darle al presente, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente:

Viviana Alexandra Romero Palacios

Ci: 0106045990

Edición Autorizada
15.000 ejemplares
865.501 - 880.500
Nº 0874569

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?

Nombre de Estudiante(s):

Viviana Alexandra Romero Palacios

Apellidos y Nombres de Estudiante 2

Director(a) sugerido(a):

Marco Antonio Ríos

Cuenca - Ecuador

2018

Nº 0881216

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

1. Datos Generales

1.1. Nombre del Estudiante

Romero Palacios Viviana Alexandra

1.1.1. Código

Ua047140

1.1.2. Contacto

Romero Palacios Viviana Alexandra

Teléfono: 074150852

Celular: 0962917258

Correo Electrónico: vivianaromerop90@gmail.com

1.2. Director Sugerido: Marco Antonio Ríos

1.2.1. Contacto:

Celular: 098334224

Correo Electrónico: mrios@uazuay.edu.ec

1.3. Co-director sugerido: Apellidos Nombres, Título.

1.3.1. Contacto:

1.4. Asesor Metodológico: Apellidos Nombres, Título.

1.5. Tribunal designado:

1.6. Aprobación:

1.7. Línea de Investigación de la Carrera:

5311 Organización y dirección de Empresas

1.7.1. Código UNESCO: 5311.05 Marketing

1.7.2. Tipo de trabajo:

a) Proyecto de investigación

b) Investigación formativa

Edición autorizada 1500 ejemplares Nº 0881223

1.8. Área de Estudio:

- Investigación de mercados
- Marketing
- Marketing social
- Responsabilidad Social Empresarial

1.9. Título Propuesto:

La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?

1.10. Subtítulo:

Opcional, para definir y aclarar particularidades del trabajo

1.11. Estado del proyecto

La presente investigación no ha sido desarrollada previamente, la cual se puede considerar como un proyecto nuevo.

2. Contenido

2.1. Motivo de la Investigación:

El motivo de la presente investigación es hacer un acercamiento al concepto de responsabilidad social Empresarial.

La importancia de esta investigación es brindar la herramienta teórica e informativa a la sociedad de Cuenca-Ecuador para que entiendan el impacto que tiene las acciones y operaciones de estas en la sociedad, esta tendencia ha ido ganando prestigio debido a la influencia que puede llegar a tener en la percepción, comportamiento y hábitos de un consumidor al ser testigo del compromiso y responsabilidad social de una organización.

2.2. Problemática

De acuerdo con las fuentes de información publicadas redalyc.org se puede afirmar que la sociedad en la actualidad no cuenta con un amplio conocimiento, experiencia y la comprensión de lo que conlleva la Responsabilidad Social empresarial, debido a la falta de material bibliográfico en áreas tanto internas como externas de una organización, en las que una empresa debe ser responsable socialmente.

Ser socialmente responsable no significa solamente acatar plenamente las obligaciones jurídicas, sino que es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

Las empresas de nuestro medio ven a la responsabilidad social como un gasto innecesario o una pérdida de tiempo, o se limitan a cumplir en la parte laboral como empresa mas no en el entorno externo ya que excites muchas maneras de contribuir a la sociedad socialmente. "En realidad, la RSE es buscar un equilibrio entre las dimensiones de los económico, social y ambiental." (Castellanos, La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán, 2008).

Edición Autorizada 15.000 ejemplares Nº 0881222

Según un estudio desarrollado por Ceres, 8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSE, e incluso confunden las acciones relacionadas con la RSE, como actividades realizadas por gente adinerada y en el caso de las organizaciones como una campaña de marketing.

2.3. Pregunta de Investigación

¿La Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental son sinónimos?

2.4. Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo brindar una información clara y precisa acerca de la Respetabilidad Social Empresarial, herramienta que ha ido tomando acogida en todo el mundo, y dar a conocer que esta nueva estrategia que hoy en día adoptan las empresas, es una forjadora de desarrollo social y educativo, donde las personas pueden adquirir nuevos conocimientos, asimilando la información que se le brinda, a su vez serán educadas de manera adecuada para mejor la calidad de vida.

Existe muchas causas sociales que tienen y necesitan como objetivos fundamentales el informar y educar a la población haciendo que esta tenga un mayor ciclo de vida, es decir, las personas tienen el conocimiento y la información almacenada, es posible que mejoren sus tradiciones y comportamiento para beneficio propio.

Este trabajo de investigación será una herramienta de apoyo para los empresarios que tengan el interés de contribuir de manera positiva con la sociedad en la que viven.

2.5. Estado del Arte y marco teórico

Hoy en día la responsabilidad social empresarial ha ido tomando relevancia en las empresas de todo el mundo, a lo largo de los años los autores del han ido exponiendo sus puntos de vista acerca del tema dejando algunas definiciones del mismo.

Podemos encontrar las siguientes definiciones de marketing social:

Definiciones:

- "La responsabilidad social de las empresas engloba las expectativas económicas, legales y éticas que la sociedad tiene de las organizaciones" (Carroll, 1979, pág. 499)
- "La RSC es la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, pág. 7)
- "La RSC es el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan y configuren sus relaciones con sus interlocutores". (Amnistia Internancional, 2002, págs. 41-43)
- "La RSC es el compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sustentable. Trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local, y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida." (Entorno, 2003)
- "La RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad en la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa". (AECA | Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas., 2004)
- "La RSC se refiere al proceso mediante el cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y de un medio ambiente más limpio". (Gatta, 2004, pág. 27).
- "La RSC es un concepto por el cual las empresas incorporan voluntariamente criterios sociales y medioambientales en las actividades económicas y en las relaciones con sus grupos de interés". (Nieto, 2004, pág. 253)
- La RSC se refiere a la puesta en práctica de políticas formales y de sistemas de gestión en el campo social y medioambiental, de las que luego se debe informar de modo transparente y con contraste externo de los resultados. (Gallizo, 2006, pág. 11).

Edición Autorizada 15.000 ejemplares 880501 - 895500 Nº 0881221

- La RSC supone un reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de las organizaciones, de las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales, y de respeto a los derechos humanos, que den lugar a la elaboración de políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan a los diferentes grupos de interés y que permitan configurar sus relaciones con éstos. (Castellanos, 2007, pág. 2226).

En resume La responsabilidad social Empresarial son acciones enfocada a los intereses de una comunidad, con el objetivo de influir de manera positiva al cambio de percepciones, comportamientos o hábitos de esta.

La Responsabilidad Social Empresarial no es una teoría en sí misma más bien, es un marco o estructura que se nutre de muchos otros cuerpos de conocimiento como psicología, sociología, antropología e historia de la comunicación para ayudarnos a comprender cómo influir en el comportamiento de las personas para bienestar de una sociedad.

Recientemente diferentes análisis afirman que la RSC esta ligada con la estrategia económica de la empresa, y aseveran que la diferencia entre una responsabilidad social que influye positivamente en la rentabilidad financiera y crea valor a la empresa es el diseño de la misma como una estrategia social relacionada con la estrategia económica.

2.6. Hipótesis

Haga clic aquí para escribir texto.

2.7. Objetivo General

Precisar estrategias diferentes entre la responsabilidad social Empresarial y la Responsabilidad Social Ambiental.

2.8. Objetivos Específicos

1. Entender el contexto internacional de la Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental.
2. Analizar el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental en el Ecuador
3. Identificar las principales variables de Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental.
4. Identificar las principales diferencias entre Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Ambiental.

2.9. Metodología

El presente artículo tiene como metodología la revisión bibliográfica de la responsabilidad social empresarial para determinar la relevancia e importancia de la misma y asegurar la originalidad de una investigación. Además, permite que otros investigadores consulten las fuentes bibliográficas citadas, pudiendo entender y quizá continuar el trabajo realizado. La metodología propuesta se compone de las siguientes etapas:

2.9.1. Definir los objetivos de la revisión:

En primer logar es necesario definir los objetivos que tiene la persona que esta realizando el artículo, en base a estos se determinara el tipo de revisión que se v a a redactar. Dependiendo del carácter que tenga el objetivo pueden ser, descriptivo-exploratorio, explicativo, analítico o experimental.

2.9.2. Realizar la búsqueda bibliográfica:

2.9.2.1 Consulta de bases de datos y fuentes documentales:

La búsqueda de la información para la realización del artículo tiene que ser exhaustiva de fuentes bibliográficas.

Edición Autorizada 15000 ejemplares 880501 - 895500 Nº 0881220

Según Dankhe (*Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de la Investigación. Ed. Mc Graw Hill. Pg.23*) existe 3 tipos de fuetes de información para elaborar el artículo.

- Fuentes primarias u originales:

-Fuentes secundarias:

-Fuentes terciarias

2.10. Alcances y resultados esperados

El presente artículo bibliográfico tiene como propósito brindar la herramienta de conocimiento necesario para llegar a comprender la función de a Responsabilidad Social Empresarial dentro de la sociedad en la que vivimos para el cual será necesario utilizar artículos publicados acerca del tema.

2.11. Supuestos y riesgos

El presente artículo bibliográfico será posible cumplirlo en el tiempo previsto y obtener los resultados esperados, siempre y cuando realicemos la caracterización correcta de los informantes para los trabajos de campo y de la misma manera obtener información confiable de las fuentes secundaria.

2.12. Presupuestos

RUBRO-DENOMINACIÓN	COSTO USD	JUSTIFICACIÓN
Hojas	$100,00	Impresión de diseño, tesis, encuestas
Copias	$100,00	Recolección de Información.
Empastado de tesis	$200,00	Presentación de trabajo final.
Carpetas	$ 5,00	Presentación de avances.
Útiles de oficina	$10,00	Desarrollo del trabajo.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Procesamiento de la Información	$100,00	Base de datos
TOTAL	**$515,00**	

2.13. Financiamiento

El proyecto será financiado por la autora de la tesis.

2.14. Esquema tentativo

Introducción

1. **Sección**

   1.1 Resumen (Abstract)- La Responsabilidad Social Empresarial

2. **Sección**

   Introducción: Responsabilidad Social E

   2.1. Definiciones de Responsabilidad Social
   2.2. Objetivos de la Responsabilidad social
   2.3. Importancia de La Responsabilidad social
   2.4. Características de la Responsabilidad Social
   2.5. Tipos de responsabilidad social.
   2.6. Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial.

3. **Sección**

   Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad

   3.1. Responsabilidad Social Empresarial mundial
   3.2. Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador
   3.3. Responsabilidad Social Empresarial en Cuenca-Ecuador

4. **Sección**

   Responsabilidad Social Empresarial Medioambiental

   4.1. Que es La Responsabilidad social medioambiental
   4.2. Objetivos de la Responsabilidad social medioambiental
   4.3. Importancia de la Responsabilidad social medioambiental
   4.4. Características de la Responsabilidad social medioambiental

5. **Sección**

   Materiales y Métodos

6. **Sección**

   Resultados

7. **Sección**

   Discusión:

0881219

3. Bibliografía

AECA | Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas. (2004). *Marcon conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa.*

Amnistia Internancional. (2002). Empresas más responsables para una Europa más justa. *Boletin Económico del ICE 2728*, 41-43.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 497-505.

Castellanos, M. I. (2007). Propuesta de una escala de medición de la responsabilida social corproativa (RSC) en la actividad turistica. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino a futuro.*, 2622.

Castellanos, M. I. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Revista Contaduría y Administración*.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas.*

Entorno, F. (2003). *Informe sobre gestión medioambiental en la empresa.* Madrid.

Gallizo, J. L. (2006). Informar sobre la responsabilidad social de la empresa. Algo más que una moda. Responsabilidad e Información Medioambiental en la Empresa A. E. d. C. y. A. d. E. *AECA*.

Gatta, F. d. (2004). Auditorías y sistemas de gestión ambientales en la Union Europea: Evolución, regimen vigente y perpectivas futuras. *Noticias de Europa*, 27.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Nieto, M. (2004). ¿Por qué adoptan criterios RSC las empresas españolas? *Revista Economistas 104*, 253.

3.1. Cronograma

ACTIVIDAD	NOVIEMBRE	DICIEMBRE				ENERO			
	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección del tema y desarrollo del diseño									
Aprobación del diseño									
Desarrollo de la sección 2 y revisión de esta.									
Desarrollo de la sección 3 y revisión de esta.									
Desarrollo de la sección 4 y revisión de esta.									
Arreglos finales									
Desarrollo de conclusiones y recomendaciones.									
Revisión final del artículo.									
Presentación del artículo.									

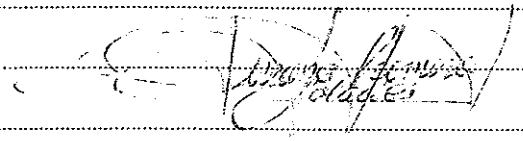
Edición Autorizada
0881218

3.2. Referencias

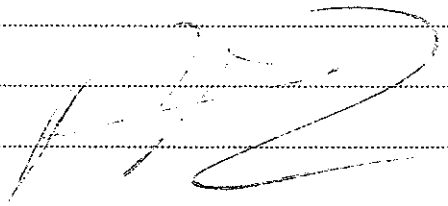
Estilo utilizado: Elija un elemento. Edición: Número de edición. Haga clic aquí para escribir las referencias utilizando el estilo elegido.

3.3. Anexos

3.4. Firma de responsabilidad del Estudiante



3.5. Firma de responsabilidad del Director sugerido



3.6. Firma de responsabilidad del Docente metodólogo

3.7. Fecha de entrega

Haga clic aquí para escribir una fecha de entrega a la Junta Académica.