



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

TEMA:

**ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL – ANALISIS COMPARATIVOS DE LAS
CORRIENTES DE ESTUDIO**

Autores:

**GENESIS ARIANNA RODRIGUEZ PESANTEZ
ALEJANDRO JAVIER ARREGUI GONZALEZ**

Acompañante:

JAZMÍN ALEXANDRA PEREZ SALAZAR

Milagro, 16 de agosto del 2017

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Nosotros, Génesis Arianna Rodríguez Pesantez y Alejandro Javier Arregui González en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complejivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Grado, como aporte a la Temática "ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – ANALISIS COMPARATIVOS DE LAS CORRIENTES DE ESTUDIO" del Grupo de Investigación Responsabilidad Social de las Empresas (GRISE) de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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

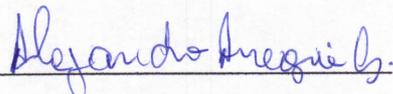
Milagro, a los... días del mes de..... del 2017



Firma del Estudiante

Nombre: Génesis Arianna Rodríguez Pesantez

CI: 0919625962



Firma del Estudiante

Nombre: Alejandro Javier Arregui González

CI: 0927427385

APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, JAZMÍN ALEXANDRA PEREZ SALAZAR en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por el/la/los estudiantes RODRIGUEZ PESANTEZ GENESIS ARIANNA Y ARREGUI GONZÁLEZ ALEJANDRO JAVIER; cuyo tema es: ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – ANALISIS COMPARATIVOS DE LAS CORRIENTES DE ESTUDIO, que aporta a la Línea de Investigación Responsabilidad Social de las Empresas (GRISE) previo a la obtención del Grado de INGENIERÍA COMERCIAL; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 7 días del mes de septiembre de 2017.



Eco. JAZMÍN ALEXANDRA PEREZ SALAZAR
ACOMPAÑANTE
CC. 091476017-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Pérez Salazar Jazmin Alexandra ; Viteri Miranda Ustari Manuel.
Echarte Fernández Miguel Angel.

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ing. Comercial. presentado por el (la) señor Arregui (a/ita) Gonzalez Atejanano Javier

Con el título:

Estado del Arte de la Responsabilidad Social Empresarial.- Análisis Comparativos de las Corrientes de Estudios.

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[89.32
DEFENSA ORAL	[13.33
TOTAL	[92.66
EQUIVALENTE	[46.33

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 26 de sept. del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>Jazmin Pérez Salazar</u>	<u>Jazmin de Moreno</u>
Vocal 1	<u>Miguel Angel Echarte</u>	<u>Miguel Echarte</u>
Vocal 2	<u>Victor Viteri Miranda</u>	<u>Victor Viteri</u>

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Perez Salazar Jazmin Alejandra; Viteri Miranda Victor Jaufer
Chante Fernandez Miguel Angel.

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERO COMERCIAL**, presentado

por Rodríguez Pesantes Génesis Arianna Con

el título: Estado del Arte de la Responsabilidad Social Empresarial -

Análisis Comparativos de las Corrientes de Estudios

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[89] 00
DEFENSA ORAL	[4] 00
TOTAL	[93] 00
EQUIVALENTE	[46.50

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 26 de 09 del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>Jazmin Perez Salazar</u>	<u>Jazmin de Miranda</u>
Vocal 1	<u>VICTOR VITERI MIRANDA</u>	<u>[Firma]</u>
Vocal 2	<u>Miguel Angel Esteban</u>	<u>[Firma]</u>

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación se lo dedicamos a Dios quien supo guiarnos por el buen camino, dándonos fuerzas para seguir adelante con nuestras metas y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni caer en el intento.

A nuestras familias quienes por ellos somos lo que somos. Para nuestros padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Nos han dado todo lo que somos como personas, valores, principios, carácter, empeño, perseverancia, coraje para conseguir mis objetivos.

Atte. Génesis Arianna Rodríguez Pesantez y Alejandro Javier Arregui González.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirnos tener y disfrutar de nuestras familias, gracias a nuestras familias por apoyarnos en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día nos demuestra lo hermosa que es la vida y lo justa que puede llegar a ser; gracias a nuestras familias por permitirnos cumplir con excelencia en el desarrollo de este proyecto de titulación. Gracias por creer en nosotros y gracias a dios por permitirnos vivir y disfrutar de cada día.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos. Les agradecemos, y hacemos presente nuestro gran afecto hacia ustedes, nuestras hermosas familias.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	2
APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA.....	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
MARCO TEÓRICO.....	12
DESARROLLO	16
CONCLUSIONES	18
BIBLIOGRAFÍA	18

TEMA: “Estado Del Arte De La Responsabilidad Social Empresarial – Análisis Comparativos De Las Corrientes De Estudio”

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial es un modelo de gestión empresarial que se replica a nivel mundial respondiendo a la nueva tendencia global del desarrollo sostenible. Es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios.

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más.

Una gran cantidad de personas ya conocen el significado de responsabilidad social y éste repercute en la competitividad porque la productividad de una empresa no solo depende de sus ventajas técnicas, ahora son fundamentales el manejo ambiental, la identificación de los empleados con su organización, la estabilidad social de la comunidad en que se desarrolla y el respeto de los derechos del trabajador.

Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales.

El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Este modelo empresarial, a través de actividades las empresas pueden rendir su aporte para un mundo mejor y así mismo tiempo generar beneficio propio mejorando las condiciones de vida de las comunidades.

PALABRAS CLAVE:

Responsabilidad, social, empresa, stakeholders.

TITLE: "State of the Art of Corporate Social Responsibility - Comparative Analysis of Study Currents"

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a model of business management that was replicated worldwide to the new global trend of sustainable development. It is the role of companies to play in favor of sustainable development, that is, a balance between economic growth, social welfare and the use of natural resources and the environment. This balance is vital to the operation of business.

Social responsibility has only one way of doing social work in the community. Rather, it is a company strategy that, together with its business management and reflecting its values, must be treated as a business case plus.

A large number of people know the meaning of social responsibility and this has repercussions on competitiveness because the productivity of a company depends not only on its technical advantages, but also environmental management, the identification of employees with their organization, stability Social The community in which it develops and respect the rights of the worker.

Now, the social dimension is the one that inclines the balance to the moment of giving judgment on the quality of a determined business activity, is for that reason that the subject of the Corporate Social responsibility is a strategic resource for the survival of the public and private organizations. The practice of justice becomes a profitable matter, the best economic policy being the one that produces better social benefits.

The main objective of corporate social responsibility lies in the positive impact that these practices generate in the different areas with which a company was relate, while at the same time contributing to the competitiveness and sustainability of the company. They must have a clear knowledge of everything that surrounds their company, not only in geographical terms, but also in terms of the set of rules, the laws that govern their operation and all activities directly and indirectly related to the company.

This business model, through the activities of companies can be lent in a better world and at the same time generate own benefit improving the living conditions of communities.

KEYWORDS:

Responsibility, social, company, stakeholders

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo ha sido diseñado básicamente para demostrar que la responsabilidad brinda muchos beneficios a la sociedad.

En las últimas décadas se está fomentando de una forma creciente la cultura en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas en general, tratando de concienciarlas de que sus actuaciones tendrán repercusiones en la actividad económica, en el medioambiente y en la sociedad.

Como principales motivos del avance de esta cultura en las organizaciones, la comisión europea señala:

- a) Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la globalización
- b) Los criterios sociales que cada vez más influyen en las decisiones de inversión de las personas e instituciones.
- c) La creciente preocupación por el deterioro medio ambiental provocado por la actividad económica.
- d) La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de la información y la comunicación.

La Responsabilidad Social Empresarial se lo ha construido como concepto por medio del interés de los empresarios en tener una relación agradable para el medio ambiente y la comunidad, esta también se refiere a la permanencia y legitimidad de la empresa en el mercado a mediano y largo plazo.

No solo existe una teoría de Responsabilidad Social Empresarial ya que estas pueden variar, a lo que nos lleva a un tema de discusión. Lo mejor que se puede hacer es iniciarla con los trabajadores de la empresa, todo esto lleva a darles un ambiente laboral ideal para los trabajadores de la empresa y que su desempeño se vea favorecido.

Esta no solo cubre la parte interna de la empresa también tiene un compromiso con los clientes y medio ambiente, por lo cual la empresa debe contribuir al desarrollo económico sostenible.

La visión contemporánea de la Responsabilidad Social Empresarial constituye un campo de investigación como centro de relaciones de los diferentes grupos de interesados. Las firmas que aplican estos principios de RSE tratarán de satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés (empleados, clientes, socios, accionistas, proveedores, comunidad y medio ambiente); es decir, procurarán contribuir al desarrollo social, económicamente viable y ambientalmente sostenible.

La Responsabilidad Social Empresarial o inversión socialmente responsable, se define como el compromiso activo o voluntario para los entornos sociales, económicos y

ambientales, la responsabilidad social no es individual sino esta es planeada por la institución y con esta busca resaltar los valores sociales de la empresa.

En definitiva, la RSE trata de minimizar los efectos negativos que provocan ciertos comportamientos de la organización, en pro de un desarrollo económico sustentable y de una mejor calidad para todos los grupos de interés. De esta forma, las organizaciones de la economía social, además de desarrollar sus actividades mediante buenas prácticas, también podrían ser consideradas agentes socialmente responsables y comprometidos con la sociedad. Al mismo tiempo, pueden mejorar su imagen, prestigio y reputación empresarial, legitimando a la organización frente a la sociedad. En definitiva, los comportamientos de las Empresas de Economía Social en materia de RSE les llevan a buenos resultados económicos en sintonía con las demandas de los partícipes de su actuación en la sociedad. En este sentido, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), junto con otras instituciones, ha puesto en marcha un programa de implantación de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo cooperativo que pretende favorecer el desarrollo sostenible de esta fórmula empresarial y mejorar su competitividad en los mercados.

Es una temática que inicio en el mundo empresarial hace algunos años atrás, gracias a su adaptación a las empresas se ha vuelto una herramienta clave en el mundo de los negocios ya sea internacional o local, porque la responsabilidad social abre las puertas a los mercados internacional y esto les permite a algunas empresas incrementar su mercado.

MARCO TEÓRICO

La Realidad Social empresarial en teoría dicta que son obligaciones legales o éticas, que asumes por la marca que deja tu empresa en el mundo que rodea. En el ejercicio, son las cosas buenas que hace una empresa por la sociedad para indemnizar por el daño que puedas causar con tu negocio.

El primer paso para llegar a hablar sobre la Responsabilidad Social Empresarial es muy sencillo y a vez muy complejo. Básicamente lo primero que debes conseguir que tu empresa sea lo que dice ser. Parece lógico, pero no todas lo cumplen.

Reconocer tu identidad como empresa y coordinar tu imagen entorno a esa identidad. Eres lo que eres y te cuentas respecto de lo que eres, no de lo que no eres. Coherencia entre identidad e imagen es el punto cero para empezar a charlar, a hablar, a versar sobre la responsabilidad social empresarial.

Es decir que vendas lo que dices que vendes. Que seas una empresa autentica, que no lances mensajes contradictorios. Ese es el principio, quizá esto parezca abstracto. Pero, en la práctica, ser responsable socialmente es algo sencillo. Puedes, por ejemplo, bajar el consumo de agua, de luz, empaquetar con material reciclado, mejorar la comunicación interna con tus empleados. Hay pequeñas iniciativas muy sencillas y otras más sofisticadas.

Una empresa que realiza lo que manifiesta, que sus productos que ofrece son de alta calidad o que a los clientes los trata con una buena atención, y concluye sus contratos como también sus compromisos, esta empresa no solo está cumpliendo la ley, sino que aporta algo más al mundo en que esta labora, se cree que la responsabilidad social es algo más del simple cumplimiento de la ley.

Por ejemplo, tratar bien a su gente, a sus clientes, aceptar la calidad como paradigma constituido, cosas que muchas empresas no han hecho, por ejemplo, incorporar la innovación, innovar en los productos como nuevo paradigma a perseguir, la innovación o la incorporamos como un tema actitudinal o nos salimos del mercado.

Cuando contrata al personal de modo digno, cuando tiene una política de su personal adecuada en relación con la formación, de mejora continua, o con la conciliación de la vida laboral y profesional.

Crear que tus empleados son tu activo más importante es responsable socialmente pero además es fundamental porque ellos son la estructura de tu empresa. ¿Cómo conseguir que crean en ello y te ayuden a ponerlo en marcha? Pues pagándoles sueldos razonables, ofreciéndoles formación, promocionándoles o ayudándoles a conciliar su vida laboral con la profesional. Es verdad, tienes que intentar sacar el máximo beneficio a tu empresa.

Pero eso no es incompatible con evitar el despilfarro de energía, reciclar materias primas o pagar un precio justo a los proveedores.

El paradigma hasta ahora era que todas las empresas están únicamente para ganar dinero, eso es una falacia. Las empresas estamos para generar oportunidades, dinero entre otros, pero también oportunidades de relación, de promoción, oportunidades de nuevos nichos de mercado, muchas gestiones no solo dinero, el dinero es componente central, pero no es el único que iremos a necesitar.

Serás responsable socialmente si respetas las costumbres y la herencia cultural de la zona en la que actúas y no dañas su entorno. Si analizas el impacto que produces en el aire, en el agua, en la tierra. Si cumples con la normativa ambiental, produces menos residuos o reciclas más. Todo ello no es solo un ejercicio de responsabilidad. Es además una ventaja competitiva.

Se cree que una empresa está acostumbrada solo a responder de lo que hace, pero en este momento las empresas tienen que ser conscientes de que los grupos de interés, los clientes los proveedores, están demandando nuevas respuestas y no pueden evadirse de ellas. La sociedad, los clientes son imparables y desde luego le van a demandar un buen producto con mejor calidad o una atención al cliente que antes no demandaban.

Puede que pienses que bastante tienes con sacar tu empresa adelante. Que la Responsabilidad Social Empresarial es cosa de multinacionales o que no tienes ni tiempo ni dinero para ocuparte de ello. Bien, pero debes saber que cada día son más las empresas que incorporan a su estrategia las preocupaciones sociales. Si la empresa es una empresa auténtica, que está preocupada por el servicio que da y al público que se dirige, yo te garantizo que la pregunta ya la tiene, lo que pasa que a lo mejor no se la ha formulado correctamente. Nuestra experiencia es constantemente nos estamos encontrando empresa que tienen una preocupación seria, o por medio ambiente, o por su gente, o por la forma de hacer economía, o por el tema social. Como mínimo deberías pensarlo. No puedes quedarte fuera del mercado.

Hoy en día, una empresa tiene que entender que esto no es argumento filantrópico, sino que constituye un argumento de reputación, un argumento estratégico para la sobrevivencia para la consolidación de ella misma. Con mejor reputación venderá más, con mejor reputación tendrá mejor colaboración de los empleados, con una atención al cliente adecuado los fidelizará mucho más.

Estamos obligado a confiar, y aquel que se gane la batalla de la confianza me tiene fidelizado, y esa batalla de la confianza, hoy se está aprovechado, consolidando con todo lo que tiene que ver con la responsabilidad social. Quieras o no, es una realidad. Y tendrás que empezar a asimilarla. O por convicción o porque los grupos que tienen que ver algo con la empresa, te lo exijan. No te inquietes, es posible que ya seas responsable y no lo sepas. Tampoco quisiera yo dar inquietud a las pymes porque muchas de ellas están ya haciéndolo bien, son responsables, tienen buenos productos, tienen atención a sus clientes y no engañan por habito, no engañan a nadie.

Por eso es importante reconocer y dialogar los elementos de responsabilidad social empresarial que ya estas llevando a cabo. Una vez identificados, hay que establecer una estrategia a medio y largo plazo y tener claro que ser una empresa sostenible y responsable tiene un impacto directo en tu cuenta de resultados. Eso genera fidelidad, genera credibilidad y como yo me fio y te creo me afilio. Si no me gustas o no me sale de cuenta porque objetivamente no me sirve o no me identifico con tus valores me desvinculo.

Se creó que puede entender bien siendo coherente, que, teniendo unas buenas relaciones con los interlocutores sociales, con los grupos de interés, eso va a repercutir en su propia reputación y, por ende, como consecuencia también en las ventas, en la atención con sus clientes, también en la relación con sus empleados, con los accionistas, con los grupos de interés, con los medios de comunicación, con las corporaciones locales y con la administración.

Aunque se crea lo contrario, tu, como empresa, en cuestiones de responsabilidad social, tienes ventajas sobre las grandes multinacionales. Trabajas en ámbitos geográficos más pequeños y por eso conoces mucho más los problemas de tu entorno. Tus acciones, en el ámbito local tienen un efecto multiplicador. Al ser más pequeña, soportas menos burocracia, te adaptas mejor a los cambios y puedes conseguir que tus empleados se impliquen mucho más. Eres más creíble y llegas antes al consumidor. Pero también tienes puntos débiles recursos limitados, falta de información, excesiva competencia de precios. Tienes que intentar superarlos. Tarde o temprano tendrás que interiorizar que la responsabilidad debe formar parte de tu día a día. Una vez que hayas dado el paso te tocara dar el salto más grande. Si eres responsable socialmente y estas orgullosas de ello. Cuéntalo.

El gran ejercicio de todo esto es hacerlo visible, si tu no lo haces visible no es rentable. Tienes que contarlo. Tienes que ser bueno y parecerlo. Todos tus esfuerzos, tus empeños por ser una empresa responsable no servirán de nada si no lo cuentas a todo aquel que quiera escucharte.

Los stakeholder se puede traducir como personas interesadas, son los grupos o individuos que van a ser afectados negativa o positivamente por el proyecto que se va a ejecutar. Se podría definir como una persona que tiene algo que ganar o perder, con el proyecto.

La Responsabilidad Social Empresarial es cuando las empresas van más allá de generar dinero y se involucran en acciones que resultan en un bien social, más allá de los intereses de la corporación que es requerido por la ley. (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006)

A lo largo de su presencia de 59 años en la literatura académica, ya que en gran medida esta equiparada con "hacer el bien". (Miron & Petrache, 2012)

Lo que puede resumirse en concreto en palabras, es que se afirma en los asuntos sociales y presión que ejerce en el medio ambiente, las preocupaciones de las partes interesadas seguramente afectaran la toma de decisiones y el comportamiento de la empresa en el futuro. (Wood, 1991)

Las obligaciones de los empresarios para que se establezcan políticas. Tomar decisiones o para seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad. (Bowen, 1953)

Una firma responsable es aquella que su gerencia equilibra la multiplicidad de intereses, en vez de esforzarse solo por las ganancias de sus accionistas. Una empresa responsable también toma en cuenta a sus empleados, proveedores, distribuidores, comunidades locales y la nación. (Johnson, 1971)

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

La responsabilidad social es la noción que las corporaciones tienen como obligación hacia los grupos de la sociedad, además de los accionistas, misma que va más allá de la ley y los contratos sindicales. (Jones, 1980)

Una expresión de la voluntad de las empresas a dar cumplimiento no solo de sus obligaciones con los accionistas, sino también a sus grupos de interés. (Huerta, Rivera, & Torres, 2010)

En lugar de esforzarse por conseguir mayores rendimientos para sus accionistas, una empresa responsable tiene en cuenta los intereses de los empleados, proveedores, distribuidores, comunidades locales y la nación en su conjunto. (Johnson, 1971)

Siete núcleos de la responsabilidad social: gobernabilidad, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asunto de los consumidores y desarrollo e involucramiento de la comunidad. (ISO 26000, 2010)

Un proceso de integración social, medio ambiente, ética, derechos humanos y conciencia de los consumidores dentro de la operación del negocio y estrategia central que vincula a corporación con los stakeholder. (Europea, 2011)

En conclusión, podemos decir que la Responsabilidad Social Empresarial les da a las empresas a contribuir con el bien social sin un fin lucrativo para las empresas ya que esta es una ley a nivel mundial que debe ser cumplida por las empresas.

DESARROLLO

La Responsabilidad Social Empresarial es un tipo de mandato empresarial que se manifiesta a nivel general respondiendo a la nueva tendencia global del desarrollo sustentable.

Tenemos algunos conceptos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, todas se ajustan a la forma de dirigir la empresa teniendo en cuenta los objetivos económicos de la misma, compaginando los mismos con los impactos sociales y medioambientales.

La Responsabilidad Social Empresarial es el papel que le toca jugar a las sociedades a favor del Desarrollo Sostenible o Sustentable; es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social, el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es de suma importancia para la ejecución de los negocios.

Las empresas tienen una nueva manera de ejecutar y obtener ganancias ocupándose de que sus operaciones sean sostenibles económicamente, social y ambientalmente. Es una expectativa de negocio que obtiene consideración, admiración, valor y respeto con la administración de dicha empresa.

No hay una descripción que haya sido globalmente aceptada para definir a la Responsabilidad Social Empresarial; según DERES, el concepto más común, es "una perspectiva de negocios que constituye a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios, los empleados, la sociedad y el medio ambiente"; esto quiere decir que es una tendencia propia e inteligente de la empresa que obtiene beneficios a la sociedad y a la empresa.

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una manera de realizar trabajos sociales en la sociedad, sino se trata más bien de una habilidad que posee la empresa, que junto a su gestión de negocios y plasmando sus valores, debe ser tratada como un suceso de negocios más; además es una manera de contraer negocios que garantizan mayor sostenibilidad y crecimiento económico a la empresa a lo largo del tiempo al desarrollo de las sociedades y del bien común.

La responsabilidad social es la solución mercantil ante la necesidad de un desarrollo sustentable que protege el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos. Es una filantropía generando valor a la sociedad y a todas las áreas de un negocio siendo esta una inversión a mediano y largo plazo a nivel global.

Teniendo en cuenta que algunos semejantes dominan el concepto de responsabilidad social, en algunas sociedades se establecen programas, ocupaciones, etc. sobre el mismo; ya que influye en la competitividad del rendimiento de la empresa, habilidad para atraer y retener a los trabajadores generando lealtad entre el personal, su estabilidad económica, comunidad y sobre todo el respeto al trabajador y a sus familias mejorando su calidad de vida.

Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, aumentando una amplitud para obtener apoyo financiero y de la misma manera siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales generando un valor a la sociedad.

El objetivo primordial que busca la responsabilidad social empresarial establece en el impacto eficiente que estas prácticas ocasionan en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que coopera con la competitividad y sostenibilidad de la organización. Las empresas tienen el compromiso de comprender el entorno en el que ejecutan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que le rodea a su empresa, no solo en términos geográficos, sino también en términos del conjunto de normas, reglas, leyes que rigen su operación y todas las funciones relacionadas directa e indirectamente con la organización.

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser mucho más que un motor para crear valor y obtener dinero; este implica un sinfín de cosas, siendo plasmada en un conjunto de políticas, normas, entre otros; consiguiendo que los trabajadores se sientan cómodos y satisfechos y a su vez se desarrollen tanto personalmente como profesionalmente, que exista compatibilización entre la vida laboral y profesional obteniendo un compromiso del mismo alcanzando un buen servicio al cliente; lo que otorga mayores beneficios para la sociedad.

Es una manera de trabajar para lograr una sociedad distinta en la que se asuma la responsabilidad con los demás como parte de la filosofía empresarial, que se convierte en una filosofía de vida. Va más allá de las acciones de filantropía que muchas compañías realizan en favor de su reputación corporativa, lo que se busca es que la responsabilidad con el ser humano y el ambiente se viva en el quehacer mismo de la empresa, en sus relaciones con su personal, con sus clientes, con sus proveedores, con el Estado, con la sociedad misma y con el ambiente.

De esta forma se da por entendido que la Responsabilidad Social Empresarial no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación. Es la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios.

CONCLUSIONES

La sociedad exige cada vez más a las empresas compromisos sociales y medioambientales que superan el ámbito estrictamente económico. Esto está provocando que las empresas asuman este tipo de responsabilidades y adopten prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés en el logro de ventajas competitivas.

Las actividades de la Responsabilidad Social Empresarial se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes. Es un modelo de gestión empresarial que se basa en tres pilares: la responsabilidad económica, social y ambiental.

Deben de enfatizar en los comportamientos propios de la RSE; a ello pueden contribuir las características singulares de este tipo de organizaciones, entre las que destacan su estructura empresarial, valores y principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Facilita la satisfacción de sus expectativas de forma equilibrada a la vez que los socios pueden ejercer una postura activa en el cumplimiento de las directrices de la RSE. Además, con base a sus valores, ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad social, preocupación por los demás y principios; le permite analizar los comportamientos propios de la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial es un valor agregado o una ventaja competitiva que ofrece la empresa al mundo que la rodea; además esto le ayudara a la mejora continua de la empresa. Exige el respeto de los valores universalmente reconocidos y del marco legal existente.

Las empresas que practican responsabilidad social además obtienen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

La responsabilidad social empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, etc. Que, trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa.

Es un modelo de gestión empresarial, a través de cuyas actividades las empresas pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo generar beneficio propio mejorando las condiciones de vida de las comunidades.

En conclusión, podemos decir que la Responsabilidad Social Empresarial les da a las empresas a contribuir con el bien social sin un fin lucrativo para las empresas ya que esta es una la ley a nivel mundial que debe ser cumplida por las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Arcas, N., & Briones, A. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial de las Organizaciones de la Economía Social. Valoración de la misma en las empresas de la Región de Murcia.*
- Barros, Retamazo, & Gonzalez. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial en la Ciudad de Barranquilla.*
- Bowen. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman.*
- Caiga, J. (2015). *El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial.*
- Carroll. (1979). *The four key responsibilities of business.*
- CentraRSE. (2006). *¿Qué es RSE?* . Retrieved from http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf
- Córdoba, S. O. (2017). *La comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial.*
- Corpaffairs. (2013). *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?* Retrieved from <http://www.corpaffairs.com.ec/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Ecuador-Alemania, C. d. (n.d.). *Responsabilidad social Empresarial.* Retrieved from <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- Europea, C. (2011).
- Hopkins, M. (1999). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age.*
- Huerta, Rivera, & Torres. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa.*
- ISO 26000. (2010).
- Johnson. (1971). *Business in Contemporary Society.*
- Jones. (1980). *Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined.*
- McWilliams, Siegel, & Wright. (2006). *Corporate Social Responsibility: Strategic Implications.*
- Miron, & Petrache. (2012). *Recent Issues in Sociological Research.*
- Ojeda, J. (2014). *Estrategias de Sustentabilidad de las multinacionales de Guanajuato y su importancia en el desarrollo social.*
- Salib, Sun, Wu, Wen, & Huang. (2015). *Corporate Social responsibility.*

Stachowich-Stanusch, A. (2017). *Corporate Social Performance Reflecting on the past and investing in the Future.*

Wood, D. J. (1991). *Corporate Social Performance Revisited.*