



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

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

PROPUESTA PRACTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

**TEMA: ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS
CORRIENTES DE ESTUDIO**

**AUTORES: CHRISTIAN SÁNCHEZ CHOGLLO – KATHERINE
GONZÁLEZ ARMAS**

**ACOMPAÑANTE: ECO. JAZMÍN ALEXANDRA PÉREZ
SALAZAR**

MILAGRO, 26 DE SEPTIEMBRE DEL 2017

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Nosotros, **KATHERINE ESTHEFANY GONZÁLEZ ARMAS Y CHRISTIAN EDUARDO SÁNCHEZ CHOGLLO** en calidad de autor(es) y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, 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-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS COORRIENTES DE ESTUDIO"** del Grupo de Investigación **"RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (GIRSE)"** 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, autorizo/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.

El (los) autor (es) declara (n) 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 26 días del mes de Septiembre del 2017



CHRISTIAN EDUARDO SÁNCHEZ CHOGLLO
CI: 0605950039



KATHERINE ESTHEFANY GONZÁLEZ ARMAS
C.I: 0604724229

APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, **JAZMÍN ALEXANDRA PÉREZ SALAZAR** en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por los estudiantes **CHRISTIAN EDUARDO SÁNCHEZ CHOGLLO Y KATHERINE ESTHEFANY GONZÁLEZ ARMAS**; cuyo tema es: **“ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS COORRIENTES DE ESTUDIO”**, que aporta a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA ; Y SOSTENIBILIDAD** previo a la obtención del Título Grado de **INGENIERO 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 del 2017.



JAZMÍN ALEXANDRA PÉREZ SALAZAR
C.I: 0914760178

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Roz Salazar Jazmin Alejandra; Uiteri Miranda Uiter Manuel.
Echate 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 Gonzalez Armas Katherine Esthefany. Con

el Estado del Arte de la Responsabilidad Social título:
Empresarial - Analisis Comparativos de los Corrientes de Estudio.

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

MEMORIA CIENTÍFICA	[95.00
DEFENSA ORAL	[4.67
TOTAL	[99.67
EQUIVALENTE	[49.84

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 Pérez Salazar.</u>
Vocal 1	<u>VICTOR UITERI MIRANDA</u>	<u>Viteri Miranda</u>
Vocal 2	<u>Miguel Angel Echate</u>	<u>Miguel Echate</u>

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Pérez Salazar Jazmin Alexandra ; Viteri Miranda Victor Manuel.
Echrite 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

Sanchez Chagallo Christian Eduardo. Con título:

el Estado del Arte de la Responsabilidad Social Empresarial -
Análisis Comparativos de los Corrientes de Estudio.

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

MEMORIA CIENTÍFICA	[95] 00
DEFENSA ORAL	[5] 00
TOTAL	[100] 00
EQUIVALENTE	[50] %

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>Juan Carlos Pérez</u>	<u>Juan Carlos Pérez Sabatán</u>
Vocal 1	<u>VICTOR VITERI MIRANDA</u>	<u>Viteri Miranda</u>
Vocal 2	<u>Miguel Angel Echrite</u>	<u>Miguel Echrite</u>

DEDICATORIA

A Dios por haberme bendecido en cada una de las etapas de mi vida, por brindarme la fortaleza necesaria y permitirme llegar hasta estas instancias de mi formación profesional.

A mi Abuelo que siempre me demostró su apoyo condicional, y que en algún momento sus concejos llegaron de manera oportuna para guiarme por el camino del bien y ahora que está en el cielo es mi fuente de inspiración para cada uno de mis propósitos.

A mi Madre por ser el pilar más importante en mi vida y demostrarme su amor, comprensión y apoyo que necesito para salir adelante en cada una de mis metas.

A mi Padre que a pesar de la distancia que mantenemos físicamente, estoy seguro que está conmigo siempre y que al igual que mi madre anhela verme crecer tanto a nivel personal como profesional.

A mi familia en general y aquellas personas que forman parte de mi vida.

CHRISTIAN EDUARDO SÁNCHEZ CHOGLLO

DEDICATORIA

Primero y ante todo doy gracias a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera, y porque gracias a ello estoy volviendo realidad mi sueño tan anhelado.

A mi esposo porque siempre ha estado conmigo en las buenas y malas, por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación, pero sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

A mi Madre que desde pequeña me ha inculcado buenos valores, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación a lo largo de mi vida, pero sobre todo por ser un ejemplo de mujer que ha sabido salir adelante sola.

A mis Hijos que son mi fuente de inspiración, para sacarlos adelante y ser su ejemplo a seguir, Alessandro y Christopher Salazar González.

A mi suegra que siempre ha estado pendiente de mi carrera, gracias por sus concejos y sobre todo por sus palabras de aliento.

KATHERINE ESTHEFANY GONZÁLEZ ARMAS

AGRADECIMIENTO

A Dios por su voluntad divina que nos permite que estemos en este mundo. Por protegernos y guiarnos durante el camino de nuestra existencia.

A nuestros Padres por formarnos con buenos hábitos y valores que nos ayudaron a sobresalir en cada instancia de nuestra vida, por su entrega, esfuerzo y arduo trabajo permitieron que podamos concluir esta etapa con satisfacción.

A cada uno de los Docentes que formaron parte de este aprendizaje, aportando con sus conocimientos y experiencias durante nuestra Carrera Académica, que de seguro nos ayudara para desempeñarnos en el entorno empresarial.

A la Eco. Jazmín Pérez por guiarnos en este proceso de investigación.

CHRISTIAN SÁNCHEZ & KATHERINE GONZÁLEZ

INDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS-----	9
RESUMEN-----	10
ABSTRACT-----	11
1 MARCO TEÓRICO-----	13
1.1 HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-----	13
1.2 INICIATIVAS MUNDIALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL---	13
1.3 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ECUADOR-----	15
1.4 PRÁCTICAS RESPONSABLES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS-----	15
1.5 CORRIENTES DE ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-----	16
2 DESARROLLO-----	18
2.1 ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-----	18
2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL ESTRATÉGICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL NORMATIVA-----	18
2.3 MODELOS UTILIZADOS COMO HERRAMIENTAS DE SOSTENIBILIDAD PARA LAS EMPRESAS-----	19
2.3.1 GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)	19
2.3.2 SOCIAL ACCOUNTABILITY O NORMA SA 8000	19
2.3.3 NORMA INTERNACIONAL ISO 26000.....	20
2.4 RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD-----	20
2.5 EMPRESAS QUE IMPLEMENTAN UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL-----	21
3 CONCLUSIONES-----	22
4 BIBLIOGRAFÍA-----	23

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 RSE Y LA COMPETITIVIDAD -----	20
---	-----------

TITULO: “ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS CORRIENTES DE ESTUDIO”

RESUMEN

El presente trabajo aborda la temática de “EL ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS CORRIENTES DE ESTUDIO”, el desarrollo de esta investigación pretende alcanzar dos objetivos claves, entender el alcance del entorno económico y social en el que desempeñan las empresas, basado en un enfoque de responsabilidad, además analizar y entender los diferentes conceptos de RSE desde dos puntos de vista, el primero desde un enfoque estratégico, en donde el único fin es aplicar este modelo como medio para alcanzar objetivos y generar un mayor valor para sus accionistas, y por otro lado desde un enfoque normativo, hace énfasis en generar un efecto favorable en cuanto a las relaciones entre las partes interesadas. Como metodología de estudio se utilizara un análisis comparativo de diversos conceptos planteados en las diferentes corrientes de estudio, así como los diferentes modelos que adoptan las empresas como herramientas de sostenibilidad a través de la RSE.

Se plantea que la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador actué como un factor clave para las pequeñas y medianas empresas como medio de impulso para su desarrollo y crecimiento empresarial, es primordial ayudar a las PYME’S a adoptar una perspectiva más estratégica, con el propósito de alcanzar un mejor entendimiento y una mayor participación de la RSE en las organizaciones a través del soporte que brindan las entidades encargadas en materias de responsabilidad social, socialización de las normas ISO relacionadas y otras iniciativas.

Está claro que la gran mayoría de empresas son pymes y tienen una importante contribución en la sociedad, Aun conociendo que el impacto de las Pequeñas y Medianas empresas con relación a la producción de bienes y servicios no sea mayor como el de las grandes, las practicas responsables empleadas por estas pueden tener mayor impacto sobre la sociedad del que reflejan estos números debido a que la mano de obra suele ser más intensiva. Además el aporte que tienen estas empresas con la sociedad es significativo en cuanto a brindar empleo y medios sustentables a una parte de la población con menos oportunidades dentro del entorno laboral.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, crecimiento empresarial, medios sustentables.

TITLE: “STATE OF THE ART OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPARATIVE ANALYSIS IN DIFFERENT AREAS OF STUDY”

ABSTRACT

The present work addresses the theme of “STATE OF THE ART OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPARATIVE ANALYSIS IN DIFFERENT AREAS OF STUDY”, the development of this research pretend achieve two key objectives: Understand the scope of the economic and social environment in the companies. Based on an approach of responsibilities, furthermore analyzing the different concepts of RSE from two points of view: The first one from the strategic approach, Where the objective is applied as a means to achieve goals and generate greater value for its shareholders, on the other hand from a normative approach, emphasizes that it has a favorable effect on relations between the parties concerned. As methodology of research was used a comparative analysis of various concepts proposed in the different areas of study, as well as different models adopted by companies as sustainability tools through RSE.

It is proposed that the Corporate Social Responsibility in Ecuador will act as a key factor for small and medium sized enterprises as means of impulse for its business development and growth., it is essential to help SME’S to adopt a better strategic perspective, in order to achieve a better understanding and greater participation of CSR in organizations through of support that provided the entities in charge in matters of social responsibility, socialization of ISO standards and other initiatives.

It is clear that the majority of enterprises are SMES and they have an important contribution in the society, even knowing that the impact of small and medium enterprises sized in relation to the production and services won’t be enough great as the bigger, the responsible practices used by them may have a greater impact in the society which reflect these numbers because, the labor is usually more intensive. In addition, the contribution that these enterprises have with the society is meaningful in providing employment and sustainable means to a part of the population with fewer opportunities into the work environment.

Key words: Corporate Social Responsibility, Business Growth, Sustainable Means.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está centrado en brindar aspectos que aporten a ubicar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un componente de vital importancia para fomentar el progreso de las organizaciones. Para llegar a este punto esencial es necesario tener en consideración factores claves los mismos que serán de aporte en el crecimiento empresarial y lograr establecer como dichos factores se vinculan directamente con el tema de la Responsabilidad Social. Uno de los objetivos en los que se enfoca la investigación es identificar y establecer en que dimensión la RS al ser tomada de forma positiva por las empresas favorece al desarrollo empresarial.

El estudio de diferentes autores nos ayuda a clarificar y distinguir a una empresa que es responsable, de otra que no lo es o en cierta medida lo es, sólo por cumplir con sus obligaciones, es importante reunir los criterios necesarios para implantar un programa socialmente responsable en las compañías, encaminado a cumplir con este compromiso que las organizaciones asumen de manera voluntaria, conociendo que en la actualidad se ha vuelto una obligación con el entorno, y una exigencia de la sociedad en general, preocupados por el rumbo que tomara dicha situación.

Hoy por hoy, las organizaciones están inmersas en condiciones adversas, particularmente basándonos en la sobreoferta de bienes y servicios además altos niveles de incertidumbre; estas y otras afirmaciones externas han sido de ayuda para el inicio de búsqueda de nuevas opciones que favorezcan en neutralizar los efectos de la competencia y los rotundos cambios comerciales a nivel mundial. En esta perspectiva las organizaciones pretenden generar e implementar políticas y estrategias que le ayuden a crecer y consolidarse.

Al afirmar que es un compromiso voluntario, en las organizaciones surge la incógnita si tomar esta responsabilidad es rentable o no, si esto produce beneficio para la empresa y cuanto representa en monto lo invertido en este tipo de proyecto. Por escasos de conocimiento, varias deciden continuar al margen o su vez no son conscientes de la importancia de las tareas efectuadas a favor de la sociedad y el medio ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial presenta una alternativa estratégica de Competitividad, se considera como el traslado de valor agregado a la sociedad, dicho valor está proyectado que en el mediano y largo plazo se convierta en el origen de una ventaja competitiva, puesto que favorece todo tipo de iniciativa que se origina dentro de la empresa, permitiendo el posicionamiento de su marca, transformando la imagen de la empresa, capturando la preferencia y la fidelidad de los clientes, impulsando la perfecta comunicación entre la empresa y la sociedad en la que opera.

La RS se basa en el bien común entre la empresa y la sociedad siendo estos los actores principales para generar desarrollo sostenible y sustentable a estos puntos se suman la responsabilidad con el medio ambiente que en este tiempo es un tema bastante debatido a nivel mundial, debido a que las organizaciones hoy en día son evaluadas y medidas de acuerdo a las críticas realizadas. Sin embargo, en la actualidad así como existen empresas que adoptan prácticas responsables y reconocen la misma, estas aún no se han involucrado con esta gestión.

1 MARCO TEÓRICO

1.1 HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El inicio de la responsabilidad social empresarial (RSE) surge entre los años 50 -70 en Norteamérica, el entorno social y político se vuelve una variable indispensable para las compañías; para ese entonces la sociedad tenía atención a múltiples cuestiones, entre las que se puede mencionar: igualdad de oportunidades, el manejo de la comunicación, amparo a los clientes y trabajadores, preservación de los recursos naturales y energía, luego de este acontecimiento se desplaza hacia Europa cerca de los 90, fue aquí donde este concepto se lo relaciona en el sector empresarial como una estrategia de empleo que proporcione un incremento de enlace para con la sociedad. La intención de que intervengan los propietarios en las diferentes soluciones de carácter social, es con el propósito de mejorar las relaciones entre las empresas y la comunidad, tal suceso dio origen a lazos sociales, solidaridad, y compromiso con el ambiente.¹

La responsabilidad social corporativa ha evolucionado en lo que se refiere a definición y alcance. Mediante la teoría de Howard Bowen conocido como el Padre de la RSE, en su libro titulado *Social Responsibilities of the Businessman*, señala el interés de profundizar el concepto a través de un marco conceptual. Howard hace referencia e indica cuales son los lineamientos, decisiones y planes de acción que la empresa debe establecer en términos de ética y objetivos sociales, esto con el fin de fomentar la responsabilidad social a través de cambios organizacionales. (Garriga & Melé, 2004)

A partir de entonces, este concepto ha tomado importancia a lo largo de los años hasta la actualidad, varios son los enfoques y teorías que han dado rumbo para que las empresas en el mundo tomen en consideración la aplicación de la RSE.

1.2 INICIATIVAS MUNDIALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La importancia de la responsabilidad social se basa principalmente, en que las empresas y las partes interesadas sean conscientes acerca de la necesidad de contribuir al desarrollo sostenible y sustentable, por lo cual también se genera la responsabilidad para con la sociedad y el medio ambiente.

Ahora la relación de la sociedad con las empresas tiene que ver mucho con el impacto del medio ambiente, ya que se ha convertido en una parte muy crítica al momento de evaluar y medir el desempeño de la empresa así como la habilidad para seguir con sus funciones de manera eficaz. Esto nos refleja la manera de trabajar con un ecosistema saludable, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones.²

En la actualidad la RSE interviene como vinculo flexible que se adaptan a las necesidades del entorno, mediante el cual se generan relaciones a beneficio equitativo entre las metas empresariales y los intereses en conjunto con la sociedad. Sin embargo, la empresa se

¹ (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012)

² (León, Baptista, & Contreras, 2012)

favorece de estos vínculos para potenciar su crecimiento y asegurar el desarrollo integral del negocio.

Si bien es cierto la responsabilidad social empresarial es un tema que se debate en el ámbito nacional así como internacional, dentro de este surgen muchas interrogantes como:

¿Que abarca la responsabilidad social empresarial?

¿Cuál es la importancia y alcance que genera?

¿Cuáles son los compromisos que deben tener las empresas para con la sociedad?

La definición da origen ante la necesidad de mejorar las condiciones de vida de las personas, en el ámbito laboral, económico y social, es decir un compromiso voluntario que puede ser individual o grupal que se obtiene con el propósito de alcanzar el bien común de la sociedad y su entorno, a partir de este concepto las empresas crean conciencia y toman importancia sobre generar controles que garanticen ser socialmente responsables.

Desde el enfoque organizacional, la responsabilidad social empresarial SE incluye dos puntos de vista; la RSE que se refiere a los accionistas (shareholders), direccionada a incrementar la rentabilidad de los propietarios, y por otro lado la RSE que apunta a los agentes internos y externos de la organización (stakeholders), hace énfasis en generar un efecto favorable en cuanto a las relaciones entre las partes interesadas, por ejemplo; proveedores, clientes, talento humano y medio ambiente, con el fin de mejorar el desarrollo sostenible dentro de la empresa.

Existe una falencia evidente en cuanto a ciertos indicadores que asemejan la responsabilidad social con el beneficio propio, tomando en consideración que esto no es medible. Sin embargo, es importante tener en consideración la inversión que se produce en el RSE tiene un impacto positivo a mediano y largo plazo en cuanto al beneficio que genera, como resultado mantener una buena imagen de las organizaciones frente a los grupos de interés, además es una iniciativa para captar nuevos clientes e inversionistas, en su efecto contribuye en el incremento en la rentabilidad de la empresa, así como la reducción de costos.³

³ (López Varela, 2013)

1.3 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ECUADOR

Actualmente dentro del sector empresarial ha surgido un notable crecimiento en el desarrollo de los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), este procedimiento se sustenta en la probabilidad que las políticas mejoren los vínculos entre los grupos de interés y además mejorar la imagen corporativa.

En el Ecuador las organizaciones se sitúan en una etapa de cambio, tomando en consideración el protagonismo que estas desempeñan dentro de la sociedad, se plantea fomentar un modelo de gestión socialmente responsable con el propósito de lograr no solo el crecimiento económico, sino también alcanzar un mayor reconocimiento de imagen e identificación social.

Si bien es real la responsabilidad social es muy comentado por las empresas, sin embargo muy pocas optan por aplicar inversión social, ante esta situación surge la necesidad y el compromiso de emprender acciones frente a los stakeholders o grupos de interés.

Como es de conocimiento en el Ecuador podemos encontrar dos importantes entidades que están involucradas en hacer que las organizaciones asuman y desarrollen este compromiso, en primera instancia tenemos al Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES), que tiene como finalidad promover un enfoque empresarial basado en la creación de valor agregado buscando involucrar el desarrollo de sus actividades de una manera más responsable.

Hoy en día cuenta con 46 miembros que abarcan empresas del sector privado, público, ONG, e instituciones educativas.⁴

También contamos con el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), el cual asiste a 80 organizaciones dentro del País, este desarrolla un modelo de gestión sostenible que guía a las empresas en la implementación de RSE, a través de bases metodológicas, sistemas medibles y otras iniciativas.⁵

1.4 PRÁCTICAS RESPONSABLES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Varios de los estudios realizados sobre el tema han demostrado que la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas no comprenden la responsabilidad social empresarial o a su vez no han tenido la posibilidad de profundizarlo, la inversión social no la consideran como una estrategia que genere beneficios, sin embargo a lo largo de los años las organizaciones desarrollan actividades en áreas específicas donde se aplica una gestión responsable. A diferencia de las empresas grandes que muchas veces solo buscan obtener beneficio propio en base a sus operaciones y no se interesan por contribuir al

⁴ (CERES, 2016)

⁵ (IRSE, 2016)

desarrollo económico y social, las PyME's en la mayoría de los casos más allá de obtener retribución, si contribuyen al desarrollo sostenible con todos sus actores.⁶

Según investigaciones revelan que las pymes aplican una gestión social y medioambiental, más allá de no saber con exactitud el impacto que esta genera, fomentar la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas es una importante iniciativa para su desarrollo, como consecuencia mejorarían las relaciones con los clientes y la sociedad.⁷

El fomento de la responsabilidad social corresponde principalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, teniendo esta como la más importante en todos los tipos de empresa y los sectores de la actividad, desde las PYME hasta las empresas multinacionales. La puesta en práctica dentro de las pequeñas y medianas empresas incluyendo las microempresas, es de vital importancia ya que estas contribuyen con la economía y el aumento de puestos de trabajo.

A pesar de que muchas PYME ya trabajan con responsabilidad social, principalmente a través de su participación a nivel local, un apoyo a las buenas prácticas ayudaría a fomentar la responsabilidad social entre estos tipos de empresas. Las cooperativas de trabajadores y los sistemas de participación ayudarían mucho con las responsabilidades sociales y civiles.

1.5 CORRIENTES DE ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Según la (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), en su publicación conocida con el nombre del LIBRO VERDE con la pretensión de impulsar un enfoque estratégico para las empresas en materia de responsabilidad social, define a la RSE como el compromiso voluntario que asumen las organizaciones, sobre las preocupaciones sociales y medioambientales inmersas en sus operaciones comerciales, así como la buena relación con sus stakeholders.

En esta mención nos hace entender que ser socialmente responsables no solo significa cumplir con aquellos estándares jurídicos, sino que las organizaciones deben optar por ir más allá de cumplimiento, considerando importante la inversión en el capital humano, sus stakehorlders, y su entorno en general.

El concepto de la responsabilidad social está ligado con la ética, se fundamenta en diferenciar lo bueno de lo malo y hacer lo correcto, por lo que se define a la responsabilidad social empresarial como el compromiso que tienen los directivos de tomar decisiones correctas y aplicar medidas que contribuyan al bienestar de la sociedad, así como el crecimiento de la organización. (Daft, 2000)

La empresa que fomenta un modelo socialmente responsable en sus operaciones, aumenta los efectos positivos sobre la sociedad y disminuye sus efectos negativos, todo eso genera

⁶ (Peinado & Vives, 2011)

⁷ (Vázquez & Hernández, 2013)

beneficios a largo plazo, destinado a alcanzar un desarrollo sostenible. (Thomas S. Bateman, 2005)

La responsabilidad social no es una costumbre, se considera como una necesidad transformada en estrategia, generada para desarrollar ventajas competitivas notorias, produciendo beneficios tangibles y útiles para el desarrollo, cultural, social, económico, etc.

2 DESARROLLO

2.1 ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La responsabilidad social dentro de las empresas se basa en un concepto específico, el cual estipula que las empresas deciden libre y voluntariamente las preocupaciones sociales y ecológicas dentro de sus actividades comerciales y las relaciones con los interlocutores.

Dentro de la principal función de la empresa está en crear valor con la producción de los bienes y servicios que tenga buena acogida con la sociedad, para así generar beneficios para los propietarios y accionistas, así también el bienestar para la sociedad en general y esto gracias a un nuevo proceso continuo para la creación de empleo. Pero nos hemos dado cuenta que las presiones sociales y de mercado convierten continuamente los valores y las perspectivas de la actividad empresarial.⁸

Los empresarios se han convencido de que el éxito empresarial y comercial genera beneficios duraderos para los accionistas, pero eso no solo se obtiene con la maximización de los beneficios a corto plazo si no también con un comportamiento orientado por el mercado. Así la empresa puede contribuir al desarrollo sostenible orientado a sus operaciones con el fin de aumentar el crecimiento económico y la competitividad.

2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL ESTRATÉGICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL NORMATIVA

Es de vital importancia analizar y comprender el significado de estas dos definiciones de responsabilidad social que utilizan las empresas con un fin o como un medio para alcanzar las metas planteadas, el primero de estos conceptos hace referencia a la responsabilidad social empresarial desde un enfoque estratégico, basado en la creación de valor a favor de los accionistas, es decir los vínculos con los grupos de interés resultan ser muy relevantes, y la segunda propuesta basada en la responsabilidad social normativa, los alto directivos consideran que las partes involucradas grupos de interés merecen atención por lo que significan para su crecimiento empresarial, es decir, esto trae como consecuencia un interés en común para cada stakeholders, como por ejemplo involucrarse en cierta parte en la dirección y gestión de la compañía, rendición de cuentas antes la sociedad a través de memorias de sostenibilidad.⁹

De esta manera, entendemos que sería una falencia identificar a una empresa con estos conceptos y aludir que en cierto grado una empresa aplica más responsabilidad social que otra, más bien deberíamos comprenderla como una vía para lograr un crecimiento en la medida que sea posible.

⁸ (Comisión de las comunidades Europeas, 2002)

⁹ (RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, 2006)

2.3 MODELOS UTILIZADOS COMO HERRAMIENTAS DE SOSTENIBILIDAD PARA LAS EMPRESAS

La RSE está dirigida al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa y por ende la permanencia empresarial, tomando en cuenta que en el actuar de la organización debe enfocarse en la mejora del entorno en el cual opera, dando a conocer el compromiso con aquellos actores inmersos en su accionar.

Además las empresas tienen la labor de conceptualizar como reportar los resultados financieros, medioambientales y sociales logrados, no solo por beneficio interno, sino también por aquellos actores que divisan al detalle el impacto de las actividades en la empresa.

A continuación se detalla algunos modelos enfocados en la responsabilidad social empresarial que las empresas han adoptado como herramienta clave para su desarrollo.¹⁰

2.3.1 GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

El modelo más transmitido y que hoy agrupa los principales aspectos a ser tomados en cuenta por las organizaciones para dar a conocer su proceder, desde el punto de vista financiero, ambiental y social, es elaborado por GLOBAL REPORTING INITIATIVE conocido por sus siglas GRI, con el fin de fomentar el desarrollo en la elaboración de las memorias de sostenibilidad.

La planificación de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas destinados a los interlocutores internos y externos de la organización, en relación con el desempeño logrado producto de sus operaciones. (GRI, 2011)

Es decir al momento de que las empresas participan en la elaboración de este modelo deben proporcionar una imagen clara y razonable del desarrollo sostenible generado por parte de la organización informante, por tanto deberá incluir tanto aportes positivos como negativos para su análisis.

2.3.2 SOCIAL ACCOUNTABILITY O NORMA SAI 8000

Conocida como una de las primeras normas a nivel mundial para la Responsabilidad Social, a través de estas se realizan auditorías a las empresas para conocer el comportamiento que estas desempeñan en cada una de sus actividades de negocio.

Al establecer revisiones periódicas, permite a las organizaciones crecer y adjuntar las ideas o mejoras que han realizado las partes interesadas de acuerdo a su experiencia, así como identificar los cambios que se necesitan conforme su aplicación; lo que a largo plazo ayudara para modificar prácticas de acuerdo al entorno del negocio y sus necesidades. (SAI 8000, 2008)

¹⁰ (Duque Orozco, Rendón Acevedo, & Duque Orozco, 2013)

Este concepto hace mención la importancia de aplicar esa norma, como un modelo de mejora para que las empresas tengan claro cuáles son los cambios que se deben reestructurar acorde a lo que necesita cada tipo de negocio para su crecimiento.

2.3.3 NORMA INTERNACIONAL ISO 26000

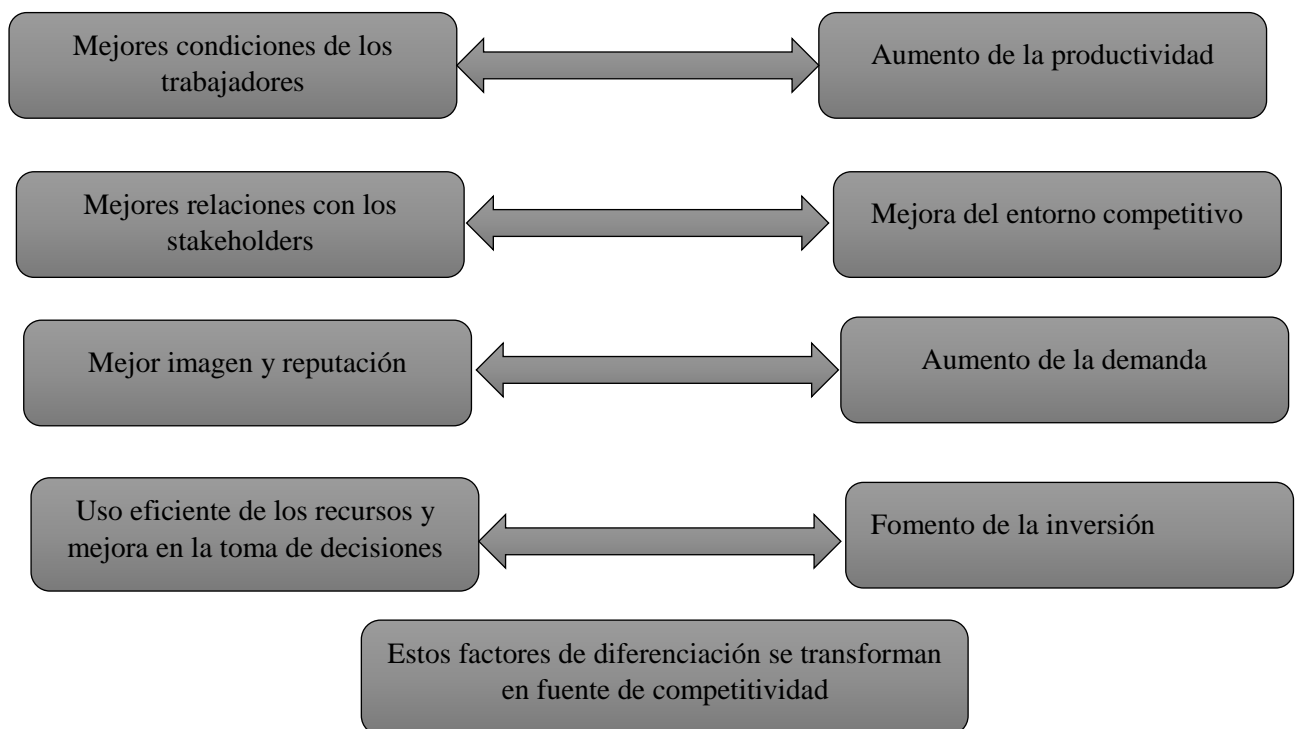
La temática de Responsabilidad Social a nivel global día a día produce mayor interés entre las organizaciones, puesto que está enfocado en la necesidad de promover un comportamiento responsable con la sociedad y el medio ambiente que permita contribuir al crecimiento sostenible.

El desempeño de una empresa con la sociedad y su impacto con el medio ambiente será una parte crítica al medir su desarrollo integral y su habilidad para llevar a cabo sus operaciones de manera eficaz. (ISO 26000, 2010)

La norma hace referencia en que, esta norma es de carácter global, está pensada y diseñada para el mundo en general, y está dirigida a cualquier tipo de empresa sin importar el tamaño, ni en el sector en el que se encuentren, el único fin es impulsar el crecimiento empresarial fomentando responsabilidad social en todas sus actividades.

2.4 RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD

FIGURA 1 RSE Y LA COMPETITIVIDAD



FUENTE: (Villafán Vidales & Ayala Ortiz, 2012)

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422014000400010

Analizando dicho enfoque, se aprecia cómo existe una serie de factores de la RSE en las organizaciones, haciendo mención a la relación que tiene un factor y el efecto que genera, es decir cuando la empresa otorga a sus empleados un ambiente de trabajo adecuado con las mejores condiciones, la productividad aumentaría en gran medida, al mantener una relación adecuada con sus stakeholders, tiene como consecuencia mejorar el entorno competitivo, trabajar en la imagen y la reputación de la empresa, genera el incremento de la demanda y que un mayor número de empleados demanden trabajar en ella, el administrar bien los recursos y tomar mejores decisiones, propicia el fomento de la inversión, todo estos factores conllevan a que las empresas sean competitivas en el entorno empresarial.¹¹

2.5 EMPRESAS QUE IMPLEMENTAN UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para implementar la responsabilidad social en una empresa, se debería contar con una estrategia consistente y coherente, pero además es necesario ponerla en práctica al interior de la organización.

Las empresas se preocupan, cada vez más, por contar con una estrategia de responsabilidad social que sea parte del plan estratégico del negocio. Por otro lado, se requiere profundizar en la medición y comunicación de los resultados y beneficios alcanzados al ser una empresa socialmente responsable.¹²

Las estrategias de responsabilidad social empresarial surgen a partir de las necesidades de diferentes grupos de interés, frente a esto se necesita desarrollar un sistema de innovación y mejora continua de las relaciones con cada grupo que esté involucrado con la organización, haciendo posible mediante tres procesos claves: la concesión de una visión basada en prácticas responsables, la incorporación de la responsabilidad en las estrategias institucionales, la formación de talento humano y los modelos de gestión.¹³

¹¹ (Villafán Vidales & Ayala Ortiz, 2012)

¹² (Torresano, 2012)

¹³ (Rojas Rodríguez, 2013)

3 CONCLUSIONES

Este trabajo fue desarrollado en base al análisis de las diferentes corrientes de estudio y la comparación de los diferentes modelos que adoptan las empresas para considerarse socialmente responsables, la aplicación de las normas ISO 2600, SAI 8000, y GLOBAL REPORTING INITIATIVE, fueron diseñadas para impulsar el crecimiento empresarial buscando involucrar el desarrollo de sus actividades de una manera más responsable.

Cabe destacar que la responsabilidad social empresarial se fortalece gracias a las exigencias que la sociedad mantiene con las organizaciones, con respecto a las diferentes actividades realizadas, que de alguna u otra manera afectan al medio ambiente y la sociedad.

Aquellas organizaciones que aplican responsabilidad social dentro de su plan estratégico tienden a aumentar su rentabilidad, es decir que este modelo es prioritario para todos aquellos actores que están involucrados con la empresa, considerando que el accionar del estado no es suficiente para alcanzar un balance entre lo económico, social, y medioambiental, por ello es de vital importancia que las empresas desarrollen una iniciativa sostenible favoreciendo a todos sus grupos de interés.

Es importante señalar que en el Ecuador las organizaciones se sitúan en una etapa de cambio, tomando en consideración el papel que estas desempeñan dentro de la sociedad, la misma que se origina en base a principios y valores organizacionales, encaminados en una misión y visión, fusionando estrategias para que estas acciones permanezcan en el tiempo, como resultado esto conlleva a lograr no solo el crecimiento económico, sino también alcanzar un mayor reconocimiento de imagen e identificación social, en base a estas necesidades en el País existen dos importantes organizaciones que están involucradas en hacer que las empresas se comprometan realizar sus actividades de negocio de manera responsable, el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES) y el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), Presentando a las empresas locales un enfoque empresarial basado en la creación de valor agregado a través de la inversión social.

Finalmente a los largo de la investigación es evidente que para que existan empresas socialmente responsables, se deben realizar esfuerzos necesarios de trabajar en conjunto de manera coordinada con actores del gobierno y la sociedad en general, con el fin de que exista un compromiso identificando las competencias y roles de cada uno. Esto conlleva a mantener abiertos las fuentes de dialogo para generar estrategias de desarrollo, así como la gestión de un plan de acción compartido, alcanzando el bien común y el crecimiento sostenible basado en un enfoque socialmente responsable.

4 BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Barranquilla: EDITORIAL Pensamiento & Gestión, núm. 32, .
- CERES, c. e. (2016). *CERES*. Obtenido de CERES: <http://www.redceres.com/nuestros-miembros>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Comisión de las comunidades Europeas. (2002). *La Responsabilidad Social de las Empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. BRUSELAS:COM.
- Daft, R. L. (2000). *Teoría y diseño Organizacional*. Mexico: International Thomson.
- Duque Orozco, Y. V., Rendón Acevedo, J. A., & Duque Orozco, Y. V. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. Estados Unidos: Journal of Business Ethics.
- GRI. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Obtenido de Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- IRSE, I. d. (2016). *IRSE*. Obtenido de IRSE : <http://www.irse-ec.org/>
- ISO 26000. (2010). *GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Obtenido de https://www.iso.org/obp/ui?_escaped_fragment_=iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es
- León, M. d., Baptista, M. V., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Redalyc*.
- López Varela, L. (2013). *Estado del arte de la responsabilidad social*.
- Peinado, E., & Vives, A. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Cumpetere.
- RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. (2006). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA:¿UN MEDIO O UN FIN? Obtenido de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/rdae/article/viewFile/11457/10593>
- Rojas Rodríguez, J. (2013). *Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial de Adidas y Puma*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11848/1/ESTRATEGIAS%20DE%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20DE%20ADIDAS%20Y%20PUMA.pdf>
- SAI 8000. (2008). *RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNACIONAL*. Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/ficheros/rse/documentos/monitoreo/SA8000.pdf>
- Thomas S. Bateman, S. A. (2005). *Administración: un nuevo panorama competitivo*. México: McGraw-Hill.

Torresano, M. (2012). *DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS DEL ECUADOR*. Ecuador: DISCLAIMER.

Vázquez, D. G., & Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43328033001>

Villafán Vidales, K., & Ayala Ortiz, D. (2012). *Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales y sus implicaciones con la competitividad*. Obtenido de SCIELO: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422014000400010