



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Diseño de estrategias de RSE basadas en las normas ISO 26000 para la
empresa Bettos Factory.**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Vera Cárdenas, Gina Cecilia

DIRECTORA: Paladines Benitez, Jhoana Elizabeth, Mgtr

CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA

2018



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2018

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Jhoana Elizabeth Paladines Benitez.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: **Diseño de estrategias de RSE basadas en las normas ISO 26000 para la empresa Bettos Factory**, realizado por Gina Cecilia Vera Cárdenas, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Marzo del 2018.

Firma:

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Gina Cecilia Vera Cárdenas, declaro ser autora del presente trabajo de titulación, de la Titulación Administración de Empresas siendo Mgtr. Johana Elizabeth Paladines Benitez directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Firma:

Autor: **GINA CECILIA VERA CÁRDENAS.**

Cédula: 0103287785

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con mucho cariño a mi querida hija, Tabita que ha sido el motor de mi vida, mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme.

A mis queridos padres, quienes me apoyaron no únicamente en sentido económico sino lo más importante moral, afectivo.

Mi querida hermana, quien con sus palabras de ánimo y apoyo para terminar esta meta.

AGRADECIMIENTO

Primeramente doy gracias a mi amado Dios Jehová, quien me ha permitido la vida y poder darme la oportunidad de convertirme en un profesional, además a mi familia que día a día fueron mí pilar y apoyo, y así cumplir con esta meta.

Además agradezco a Mgtr. Jhoana Paladines mi director de Tesis, quien con su guía, orientación y apoyo pude alcanzar mi meta y titularme como Ingeniera Comercial.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS GENERALES.....	5
1.1. Planteamiento del problema.....	6
1.2. Justificación.	7
1.3. Objetivos de la investigación.....	8
1.3.1. Objetivo General.	8
1.3.2. Objetivos específicos.	8
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.2. Definición de Responsabilidad Social Empresarial.	11
2.3. Modelos de Responsabilidad Social Empresarial.....	13
2.3.1. Modelo clásico de Friedman.	13
2.3.2. Modelo del Pacto Global (Global Compact).	14
2.3.3. Modelo de Global Reporting Initiative (GRI).	15
2.3.4. Modelo de los grupos de interés (Stakeholders).....	16
2.4. Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito de las organizaciones.....	18
2.4.1. Perspectiva económico-financiera.....	18
2.4.2. Perspectiva funcional-organizativa.	19
2.4.3. Perspectiva legal.	19

2.4.4.	Perspectiva comunitaria.....	20
2.4.5.	Perspectiva medioambiental.....	20
2.5.	Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	21
2.6.	Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador.....	22
2.7.	Norma ISO 26000.....	23
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....		29
3.1.	Enfoque de la investigación.....	30
3.2.	Tipo de estudio.....	30
3.3.	Modalidad de la investigación.....	30
3.3.1.	Investigación bibliográfica.....	31
3.3.2.	Investigación de campo.....	31
3.4.	Métodos de investigación.....	31
3.4.1.	Método analítico-sintético.....	32
3.4.2.	Método inductivo–deductivo.....	32
3.5.	Población y muestra.....	32
3.6.	Técnicas e instrumento de investigación.....	33
3.6.1.	Encuesta y cuestionario.....	33
3.6.2.	Observación.....	33
3.7.	Recopilación de datos.....	34
3.8.	Procesamiento de datos.....	34
CAPÍTULO 4. LA EMPRESA.....		35
4.1.	Caracterización de la organización.....	36
4.1.1.	Antecedentes de la empresa.....	36
4.2.	Filosofía de la empresa.....	36
4.2.1.	Misión y visión.....	36
4.2.2.	Valores y principios de la organización.....	37
4.2.3.	Productos.....	37

4.2.4.	Proveedores.....	38
4.2.5.	Clientes.....	38
4.2.6.	Competidores.....	38
4.2.7.	Análisis estratégico.....	38
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		41
5.1.	Presentación de los resultados derivados del cuestionario.....	42
5.2.	Análisis de los resultados derivados del cuestionario.....	55
CAPÍTULO 6. ESTRATEGIA DE RSE MEDIANTE LA NORMA ISO 26000: 2010.....		58
6.1.	Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Betto Factory.....	59
6.1.1.	Generalidades.....	59
6.1.2.	Objetivo General de las estrategias de RSE.....	59
6.1.3.	Objetivos específicos de las estrategias de RSE.....	59
6.1.4.	Estrategia referente al talento humano.....	60
6.1.5.	Estrategia referente a proveedores.....	62
6.1.6.	Estrategia referente a clientes.....	63
6.1.7.	Estrategia referente a la comunidad.....	65
6.1.8.	Estrategia referente al medioambiente.....	67
CONCLUSIONES.....		69
RECOMENDACIONES.....		70
BIBLIOGRAFÍA.....		71
ANEXOS.....		75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	12
Figura 2. Principios del Pacto Mundial de RSE.....	15
Figura 3. Grupos de interés (stakeholders).....	16
Figura 4. Teorías sobre el modelo de stakeholders.....	17
Figura 5. Principios de la norma ISO 26000.....	25
Figura 6. Parámetros de la norma ISO 26000.....	26
Figura 7. Valores y principios de la empresa Bettos Factory.....	37
Figura 8. Línea de productos de la empresa Bettos Factory.....	37
Figura 9. Matriz FODA para la organización Bettos Factory.....	40
Figura 10. Nivel de conocimiento sobre RSE.....	42
Figura 11. Definición sobre valores y principios de la empresa.....	43
Figura 12. Expresión de valores y principios de la empresa.....	44
Figura 13. Conformación de los objetivos estratégicos.....	45
Figura 14. Publicación y divulgación de acciones de RSE en la empresa.....	46
Figura 15. Oposición o no que ejerce la empresa en la pertenencia de los trabajadores a sindicatos, movimientos o grupos sociales.....	46
Figura 16. Recibimientos o no de tratos discriminatorios.....	47
Figura 17. Establecimiento de programas de contratación especial para personas discapacitadas.....	48
Figura 18. Establecimiento de procedimientos para enfrentar actos denigrantes.....	48
Figura 19. Establecimiento y aplicación de sistema de recompensas y estimulación.....	49
Figura 20. Existencia de un programa de capacitación en la empresa.....	50
Figura 21. Existencia de programa de salud para empleados y familiares.....	50
Figura 22. Existencia de programa de asistencia educativa para los hijos de los empleados.....	51
Figura 23. Relaciones establecidas entre la empresa y sus proveedores.....	52
Figura 24. Relaciones establecidas entre la empresa y sus clientes.....	52
Figura 25. Identificación y atención de las necesidades y requisitos de los clientes.....	53
Figura 26. Conocimiento sobre el impacto ambiental ocasionado por la organización.....	54
Figura 27. Ejecución de las funciones profesionales considerando factores materiales, energéticos y residuales.....	54
Figura 28. Conocimiento de la promoción de programas comunitarios por parte de la empresa.....	55

Figura 29. Estrategia referente al talento humano60

Figura 30. Estrategia referente a los proveedores62

Figura 32. Estrategia referente a los clientes64

Figura 33. Estrategia referente a la comunidad.65

Figura 34. Estrategia referente al medio ambiente.67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntuación de cada cuadrante de la matriz DAFO.	40
--	----

RESUMEN

La presente investigación fue desarrollada en la empresa Bettos Factory, organización insertada en el negocio de fabricación y comercialización de prendas de vestir, cuyo objetivo consiste en el diseño de un conjunto de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial basado en las normas ISO 26000, de tal manera que sus procesos organizacionales sean gestionados mediante criterios de sostenibilidad y desarrollo, en compromiso con el mejoramiento ambiental y la sociedad. En el cumplimiento del propósito mencionado, se realizó un diagnóstico a la gestión organizacional de la empresa sobre RSE, de manera que fueron identificados diversos problemas, destacándose aquellos relacionados con el escaso conocimiento que se tiene sobre la filosofía y ámbitos de acción de RSE, así como la falta de capacitación del talento humano en dicha temática y la inexistencia de programas de desarrollo sostenible que beneficien a la empresa, al medio ambiente y su comunidad. Para eliminar estas dificultades, fueron concebidas varias estrategias de RSE basadas en los requisitos establecidos por la norma ISO 26000, las cuales contienen actividades que responden a los intereses de los diferentes stakeholders (empleados, proveedores, clientes, comunidad, medio ambiente).

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Gestión, Norma, Grupos de interés, Comunidad, Medioambiente, ISO 26000, Estrategias.

ABSTRACT

This research was developed in Bettos Factory company, an organization inserted in the business of manufacturing and commercialization of garments, defining as general objective the design of a set of strategies of Corporate Social Responsibility based on the ISO 26000 standards, thus its organizational processes are managed through criteria of sustainability and sustainable development, in commitment to environmental and society improvement. In compliance with this question, a diagnosis of organizational management according to Corporate Social Responsibility was made, making possible the identification of several problems mainly related to the lack of knowledge about the philosophy of Corporate Social Responsibility, as well as the lack of the human talent training in this specific area and the lack of sustainable development programs which benefit the Company, the environment and its community. In order to eliminate these difficulties, several Corporate Social Responsibility strategies were conceived, based on the requirements established by ISO 26000 standards, which contain activities that respond to the interests of different stakeholders (human talent, suppliers, clients, community and environment).

Keywords: Corporate Social Responsibility, Management, Standard, Interest Groups, Community, Environment, ISO 26000, Strategies.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación desarrollado responde de la formulación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial basadas en las normas ISO 26000 para la empresa Bettos Factory-organización cuyo objeto social consiste en la fabricación y comercialización de prendas de vestir para público de cualquier edad y género- debido a que existen ciertos problemas referentes a la inconformidad de los diferentes grupos de interés con la gestión de la misma.

Para ello, la tesis consta de seis capítulos. En el primero, se refiere básicamente a la determinación del problema de investigación, los objetivos y la justificación del tema. El capítulo segundo consiste en la exposición de los antecedentes investigativos, así como la definición conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial, los principales modelos concebidos al respecto y las diferentes perspectivas de RSE, caracterizando también los aspectos fundamentales de la norma ISO 26000.

El tercer capítulo se basa en la metodología de la investigación científica, donde se define el enfoque, el tipo de investigación y los diferentes métodos, identificándose la población y muestra a la cual le fue aplicado el cuestionario como instrumento de investigación. El capítulo cuatro radica en la caracterización de Bettos Factory como empresa, reglamentando la filosofía adoptada en la organización, su misión, visión, valores y principios, y detallándose a su vez cuáles son los productos, proveedores, clientes y competidores, lo cual propició establecer un análisis estratégico mediante la identificación de los factores internos (fortalezas y debilidades) y los externos (amenazas y oportunidades).

Respecto al quinto capítulo, se presentan y analizan los resultados derivados de la aplicación de la encuesta, profundizándose así en varios aspectos relacionados con la problemática identificada según los requisitos que establece la norma ISO 26000 sobre la RSE. Finalmente, en el capítulo seis son expuestas las estrategias sobre RSE basadas en la norma ISO 26000, enfatizando en los elementos que les conciernen a los diferentes grupos de interés, tales como: talento humano, proveedores, clientes, comunidad y medio ambiente.

En Ecuador han sido minoritarias las organizaciones insertadas en esta filosofía de gestión, ya que a la Responsabilidad Social Empresarial no se le ha concedido la importancia que realmente posee. Es por ello que este estudio resulta de una importancia vital, no solo para la empresa Bettos Factory alcance sus objetivos económico-financieros y metas organizacionales,

sino también para el desarrollo de su comunidad circundante, incidiendo directa e indirectamente en el mejoramiento social y del medio ambiente.

De ahí que, mediante el desarrollo del proyecto de investigación, fueron alcanzados y cumplidos los diferentes objetivos establecidos para la misma, tales como la fundamentación teórica sobre la RSE y su relación con la norma ISO 26000, el diagnóstico de la situación contextual sobre la gestión en la empresa Bettos Factory y el diseño de las estrategias de RSE que proporcionen una ventaja competitiva de sostenibilidad y desarrollo.

La información obtenida, una vez aplicada la encuesta, fue muy útil, ya que existió una participación y colaboración activa de todos los miembros de la organización participantes en el estudio, aunque se debe señalar como limitación el riesgo de que dicha información está sujeta a cierto sesgo, ya que muchas de las respuestas dependen de las percepciones que tienen las personas sobre los temas que se les presentaron.

En cuanto a la metodología empleada en la investigación, ésta se correspondió con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, empleándose a su vez la investigación bibliográfica y la de campo. Mientras, los métodos utilizados son el analítico-sintético, inductivo-deductivo y el de observación.

Como principal conclusión, se manifiesta que la empresa Bettos Factory no desarrolla su gestión administrativa bajo los preceptos de Responsabilidad Social Empresarial, al no existir prácticamente conocimiento en dicha organización sobre lo que significa dicho enfoque como modelo de gestión efectivo, por lo que resultó necesario como propuesta de solución la conceptualización de estrategias formuladas a partir de los requisitos de la norma ISO 26000.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS GENERALES.

1.1. Planteamiento del problema.

La empresa Bettos Factory, organización objeto de estudio, se dedica a la fabricación y comercialización de prendas de vestir para niños hombres y mujeres, siendo sus principales productos pantalones y ropa deportiva. La organización cuenta con proveedores de prestigio por la calidad de la materia prima que ofrecen, así como por los diseños exclusivos y de calidad de las prendas de vestir que ofertan. En cuanto a las ventas de Bettos Factory, las mismas se producen directamente de la fábrica mediante un proceso comercial efectivo, aunque también dispone de almacén donde se vende al por mayor y por menor.

Sin embargo, a pesar de que dicha entidad ha sido una fuente generadora de empleos, existe cierto descontento tanto de los moradores de la comunidad como de sus trabajadores, ya que no se ha podido refrendar un aporte al desarrollo social en la comunidad en la que opera. El talento humano de Bettos Factory también ha sido afectado por la disminución salarial, justificada según la empresa producto a la crisis; esta situación ha generado una insatisfacción y desmotivación laboral cada vez más creciente.

Además, Bettos Factory no ha establecido un sistema de valores éticos y morales que le permita realizar su actividad corporativa de manera responsable, ya que desarrolla sus acciones producto a la misma inercia de la praxis empresarial.

También se puede señalar que en la organización no se ha establecido un proceso de tratamiento residual o de logística inversa. Esto significa que existe un riesgo potencial de contaminación ambiental, al no adoptarse medidas que contrarresten los efectos negativos del material sobrante referente a su acumulación o incineración, contaminación de las aguas aledañas a la fábrica, entre otros elementos.

A pesar de toda la problemática señalada anteriormente, el crecimiento continuado de Bettos Factory le ha posibilitado la conceptualización de métodos de gestión moderna que le ofrece una sustancial fortaleza estratégica y ventaja competitiva. Es por ello que la alta dirección de dicha empresa ambiciona fundamentar su administración a partir de la Responsabilidad Social Empresarial.

La organización se siente comprometida con el impulso y la implantación de programas que generen un alto impacto económico-social y ambiental que promueva el desarrollo de la comunidad en la que se enmarca; sin embargo, dichas estrategias aún no están definidas. En este sentido, tiene mucha influencia la falta de capacitación de su talento humano referente a la

Responsabilidad Social Empresarial, así como su poca concientización sobre los beneficios que se pudieran obtener de dicha práctica empresarial.

Resulta vital entonces, que el grado de importancia que reviste la Responsabilidad Social Empresarial sea concebido con la suficiencia necesaria para implicar a todos los miembros de la organización en el logro del éxito corporativo.

1.2. Justificación

La Responsabilidad Social Empresarial ha adquirido una importancia trascendental como forma de gestión exitosa en las organizaciones modernas. Los administradores perciben este hecho como un avance evolutivo hacia prácticas éticas que se encuentran en mayor correspondencia con el beneficio económico, social y ambiental.

Al respecto, Feher, Gérman y González (2013) plantean que:

La diferenciación que se obtiene con la implementación de programas con RSE, atendiendo al número creciente de clientes que esperan esa clase de compromisos por parte de las organizaciones, además de la búsqueda de beneficios económicos, es un incremento del prestigio de la empresa y sus marcas. (p. 148)

Una organización que es gestionada según estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, siempre será respetada y reconocida no solo por la comunidad que le rodea, sino también por la sociedad en general; es así como se presenta como una posibilidad atractiva para aquellos inversionistas que desean rentabilizar su capital mediante la acción de organizaciones comprometidas profunda y voluntariamente con su entorno.

Es así como se puede afirmar que la presente investigación se justifica teóricamente, ya que prescribe un conjunto de estándares y estrategias concebidas mediante la síntesis del conocimiento obtenido sobre los diversos enfoques ofrecidos por varios expertos acerca de la actividad de Responsabilidad Social Empresarial, en combinación con las normas ISO 26000 para solventar las falencias identificadas en la empresa Bettos Factory.

Desde una óptica metodológica, la investigación puede ser considerada como fuente didáctica e instructiva, debido a la aplicación de una metodología consecuentemente estructurada de acuerdo con un enfoque cuantitativo, investigación de campo y bibliográfica, y los métodos científicos inductivo-deductivo, analítico-sintético y de observación. Además, la formulación de

estrategias posee características flexibles, por lo que podría ser aplicada en otras organizaciones, ya sea de la misma o diferente rama industrial o empresa de servicios.

Desde el punto de vista práctico, mediante la investigación se plantearán estrategias específicas de Responsabilidad Social Empresarial para la entidad Bettos Factory como una solución de beneficio colectivo e inclusivo, donde se consideran las necesidades comunales, ambientales y de la propia organización referente a los problemas de satisfacción laboral que presentan sus trabajadores. Además, estas estrategias serán coherentes con la proyección estratégica de la entidad y considerará los enfoques actuales que hacen referencia a las prácticas más efectivas de Responsabilidad Social Empresarial, siendo uno de los sustentos relevantes en la obtención de ventajas competitivas.

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo General.

Diseñar un conjunto de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Betto Factory basado en las normas ISO 26000, que posibilite la sostenibilidad y desarrollo de sus procesos empresariales mediante su compromiso con el mejoramiento ambiental y la sociedad.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente la Responsabilidad Social Empresarial y las normas ISO 26000, como sustento para la definición de las estrategias propuestas en este sentido.
- Diagnosticar el contexto de Responsabilidad Social Empresarial existente en la empresa Bettos Factory.
- Diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Bettos Factory mediante los lineamientos de la norma ISO 26000:2010, que proporcionen a la organización una ventaja competitiva de sostenibilidad y desarrollo.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de la investigación.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema investigado por disímiles autores debido a la importancia que ha adquirido esta temática en los últimos tiempos, como una forma de gestión novedosa por los beneficios que aporta fundamentalmente para el mejoramiento de la sociedad y el medio ambiente.

Dentro de los estudios más relevantes para la compilación de teorías que sustenten el desarrollo del tema de RSE, Cea(2010), propone un modelo de responsabilidad social de forma tal que normalice los informes de RSE/Sostenibilidad emitidos por las organizaciones bancarias de la UE para establecer así un método comparativo de la gestión de dichas entidades a la responsabilidad social.

Luego de la correspondiente fundamentación teórica, se aplicó una encuesta de RSE en las organizaciones objeto de estudio, a partir de la cual se derivó la formulación del modelo enunciado que, como aspecto más relevante, se definieron un conjunto de indicadores que posibilitan la gestión empresarial siguiendo las pautas de RSE, atendiendo a principios tales como planificación, organización, ejecución y control(Cea, 2010).

La región latinoamericana no ha estado exenta de la aplicación de la RSE en la praxis empresarial, por lo que se tienen como referentes investigativos diferentes estudios, entre los que se encuentra el titulado “Responsabilidad social empresarial y marketing sustentable: análisis cualitativo a nivel de empresas en Chile”, presentado por Astaburuaga y Kaltwasser(2012), cuya importancia radica en la identificación y análisis de actividades de RSE en relación con el marketing sustentable para 56 entidades representativas chilenas, enfatizando para ello en el uso que se le confieren a los medios comunicacionales y su contenido para divulgar las acciones de RSE.

De dicha investigación se pudo constatar que la RSE todavía es un tema incipiente de aplicación en algunos países latinoamericanos, ya que en ocasiones es interpretada como un inconveniente en la obtención de utilidades para las organizaciones, por lo que se requiere fomentar el conocimiento existente sobre esta práctica(Astaburuaga & Kaltwasser, 2012).

En cuanto al Ecuador, han ido en aumento las investigaciones sobre RSE, aun cuando el tema necesita ser más extendido tanto en las empresas como en las universidades. Asimismo, en el estudio presentado porEspinoza(2013)se identifican las falencias que presenta la organización objeto de estudio en cuanto a su nivel de gestión contributivo al desarrollo de la comunidad

donde ejerce influencia. En este sentido, se desarrolló una encuesta para determinar el nivel cognoscitivo que poseen los grupos de interés afines a la empresa (stakeholders) sobre la RSE. Finalmente, se formulan acciones que tributan al desarrollo de la RSE en dicha organización.

2.2. Definición de Responsabilidad Social Empresarial.

Para las organizaciones, independientemente a su actividad económica o social que la misma desempeñe, no debe ser importante solamente la acumulación de ganancias y disminución de sus costos productivos y/o servicios, sino que además esta adquisición de valor rentable debería adquirirse mediante la instauración y práctica de un conjunto de valores formativos de responsabilidad sobre las personas, el medio ambiente y la sociedad en general. Es imprescindible entonces, un aporte voluntario al desarrollo del medio, ya sea natural o social y, para lograrlo, ha evolucionado en el transcurso de los años el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Dentro de las definiciones más difundidas sobre la RSE, se presenta la propuesta por la Comisión Europea, donde se menciona que “es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Fernández, 2009, p. 283)

De manera general, Martínez(2011) alude que la Responsabilidad Social Empresarial es “la capacidad ética de las empresas y de sus líderes para responder a los desafíos de la nueva sociedad globalizada del conocimiento, que muestra un gran desequilibrio económico-social y que está amenazada por el calentamiento social de la tierra”(p. 30).

En un sentido más aplicado a las organizaciones, Abad (2014) expresa que la Responsabilidad Social Empresarial “es el modo en que las empresas integran voluntariamente en su estrategia, gestión y operaciones comerciales, su preocupación, respeto e interrelación con su entorno social, económico y medioambiental” (p. 231).

Entonces, los factores intervinientes en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial están relacionados a la actividad económica, social y medio ambiental, así como la implicación de los diferentes grupos de interés que interactúan con la organización (clientes, proveedores, accionistas, trabajadores propios de la organización, entre otros), lo cual se representa en la figura 1:

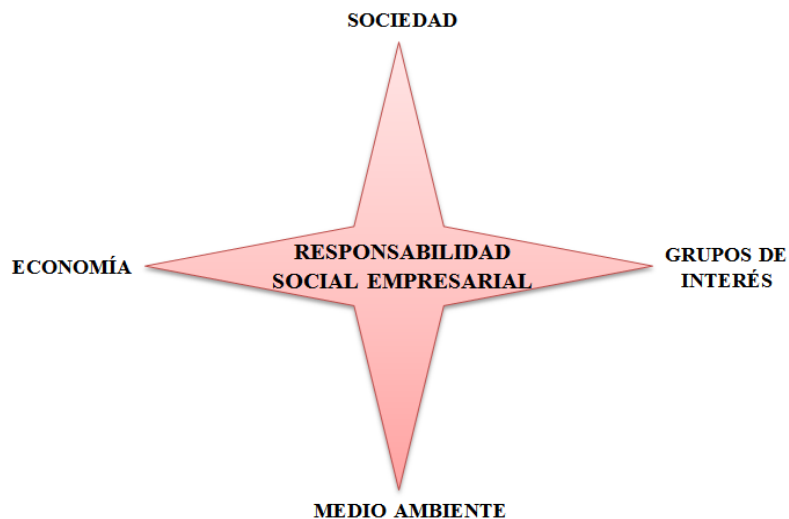


Figura 1. Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Para Sánchez (2009), la RSE es definida como “el grado de contribución al desarrollo sostenible, la consideración de los intereses de todos los grupos que se relacionan con la entidad y el cumplimiento de las normas y recomendaciones de buen gobierno corporativo más allá de las legalmente exigibles” (p. 132).

Por su parte, Araque y Montero(2006) afirman que

La responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que ocurre cuando una empresa procura reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todas ellas. Una gestión socialmente responsable de los cambios generará efectos positivos para las empresas a nivel macroeconómico. (p. 269)

Estos autores definen a la RSE como una práctica de gestión empresarial determinada por las interconexiones de carácter ético entre una organización y los grupos de interés con los que la misma se relaciona, instituyendo para ello objetivos y acciones que tributen a diversos aspectos presentes en el desarrollo de la sociedad y el medio ambiente, tales como: disminución de la brecha de desigualdad social, protección de recursos naturales y la potenciación de la riqueza cultural de las comunidades.

A decir de Flores, Ogliastri, Peinado-Vara y Petry (2007):

La conceptualización de la RSE más reciente tiene una connotación claramente estratégica y vinculada a la competitividad. Una conducta empresarial responsable implica involucrar una serie de aspectos relevantes para el negocio como la gestión del recurso humano, la administración ambiental, el desarrollo de proveedores, la ética, el manejo de las relaciones con los clientes e inversionistas, entre otros temas. (p. 15)

Atendiendo a este cúmulo de criterios, se puede definir como Responsabilidad Social Empresarial a la herramienta administrativa inclusiva de la ética de la gestión, que posibilita a las organizaciones accionar efectivamente en su entorno social y ambiental, generando valor e implicando para ello a la comunidad circundante, proveedores, clientes y a su talento humano.

2.3. Modelos de Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido un tema ampliamente estudiado por parte de diferentes expertos y especialistas, despertando un gran interés entre la comunidad científica. Es así como se han generado varios modelos que intentan impulsar la inserción de las instituciones en el ámbito de del desarrollo social y sostenible.

Expresa Navarro (2012), que los modelos de RSE han sido conceptualizados “desde una cooperación entre el ámbito económico, político y social que pretenden definir la responsabilidad empresarial económica, política, social y ecológica, y ofrecer orientaciones acerca de cuál sería el mejor instrumento de gestión para dirigirla” (p. 86).

2.3.1. Modelo clásico de Friedman.

Existen modelos clásicos, como el propuesto por Friedman (1970) citado por Martínez(2011), quien expresa que:

La única responsabilidad social de los negocios consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley (...) mientras utilice sus recursos de la manera más eficiente posible, podrá ofrecer los mejores productos y servicios al precio más razonable y generar empleo, producción e inversión. (p. 27)

Friedman, en el contexto económico que experimentó en su vida, aseguraba que no existía voluntariedad alguna en las organizaciones para comprometerse con las acciones que implican la RSE, ya que, si los propietarios no aseguraban la maximización de su capital, pues también se ocasionarían efectos contraproducentes en el beneficio social, traduciéndose en una pérdida gradual de utilidades que condenaría a la organización a su extinción futura. Es por ello que

muchos estudiosos, consideraban este modelo como un opuesto a la gestión según la Responsabilidad Social Empresarial.

Sintetizando, el modelo sugerido por Friedman, en las condiciones económicas y de globalización actuales en las que se desarrollan las organizaciones, resulta poco efectivo, debido a que se requiere de un escenario de competencia perfecta, donde tanto oferentes como consumidores tuvieran acceso a toda la información necesaria para tomar eficientemente sus decisiones relativas a la relación oferta-demanda. Es por ello que, a efectos legales, la función práctica de dicho modelo estaría demasiado restringida.

2.3.2. Modelo del Pacto Global (Global Compact).

Este constructo fue originado en la Organización de Naciones Unidas (ONU) y su objetivo fundamental radica en la promoción, divulgación, constitución y potencialización de la gestión organizacional según la Responsabilidad Social Empresarial, de manera que se pueda eliminar o disminuir las diferencias existentes entre los diferentes estratos sociales (Casani, 2015).

Asevera Navarro (2012) que el Pacto Global es “una propuesta realizada desde una cooperación desde el ámbito político, económico y social que pretende definir la responsabilidad social, económica y ecológica, y ofrecer orientaciones acerca de cuál sería el mejor instrumento de gestión para dirigirla” (p. 86).

El Pacto Global, según Berro, Romano y Menéndez (2013), “es un marco de acción encaminado a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomente sociedades más prósperas” (p. 53).

El modelo del Pacto Mundial está fundamentado sobre la base de 10 principios fundamentales, agrupados en varios aspectos que son: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, tal como se muestra en la figura siguiente:



Figura 2. Principios del Pacto Mundial de RSE.

Fuente: Berro, Romano y Menéndez(2013).

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia

El modelo de Pacto Global presupone que las organizaciones constituyen una base contributiva esencial para el alcance de la paz, erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente, por lo que las acciones definidas en el mismo, tienen un carácter altamente marcado por la responsabilidad en estos ámbitos de gestión.

2.3.3. Modelo de Global Reporting Initiative (GRI).

Este modelo es similar al Pacto Global, pudiendo ser aplicable para cualquier organización con independencia de su nivel de actividad, cultura o ubicación geográfica. Su finalidad radica en la valoración que cada entidad puede aportar al desarrollo sostenible según sus acciones de responsabilidad social empresarial.

Aunque en un inicio este constructo no ofrecía una metodología para la recopilación de datos y validación de resultados, “la propia evolución del modelo GRI ha venido exigiendo un sistema normalizado de información y control que pueda ser posteriormente verificado por un organismo independiente, e incluso que permita conceder algún tipo de certificación”(Cueto, 2015, p. 11).

Como aspecto importante, el modelo establece un conjunto de indicadores de medición y control para la actividad de RSE, los cuales traducen y evalúan en términos el nivel de capacidad que poseen las organizaciones para emprender acciones de responsabilidad social empresarial optimizando sus recursos económicos, materiales y humanos.

2.3.4. Modelo de los grupos de interés (Stakeholders).

Los grupos de interés -conocidos comúnmente como stakeholders- son aquellos conjuntos aglomerados según intereses comunes, y que ejercen una influencia directa o indirecta sobre las organizaciones, por lo cual, también estos grupos se encuentran afectados directa o indirectamente por las acciones de las entidades.



Figura 3. Grupos de interés (stakeholders).
Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Sobre el modelo de los grupos de interés, Saavedra (2010) expresa:

Implica tanto el reconocimiento de la importancia de todos los grupos de interés afectos a la gestión y a los resultados empresariales, como su legitimidad, reconociendo sus intereses individualmente y generando a través de un proceso de diálogo estrategias empresariales en el campo de la RSC que satisfagan las demandas de sus interlocutores válidos. (p. 70).

A decir de Camacho (2007), el modelo de los grupos de interés (stakeholders) no surgió debido al “análisis ético de la empresa, sino más bien en el ámbito de la planificación estratégica, pero pronto fue asumida por la ética como un instrumento de gran utilidad para comprender la función de la empresa en la sociedad”.

Sin embargo, existen ciertas divergencias en la presentación del modelo según varios especialistas en el tema, dividiendo al constructo en tres tipos de enfoques o teorías, tal como se presenta en la figura que se muestra a continuación:

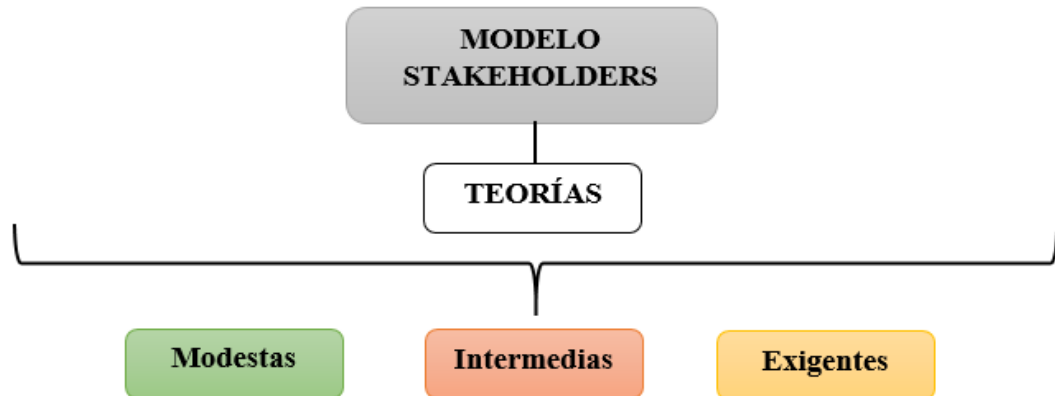


Figura 4. Teorías sobre el modelo de stakeholders.

Fuente: (Araque & Montero, 2006).

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Las teorías modestas son aquellas que “restringen la atención a las demandas de los stakeholders dentro de la estructura legal e institucional existentes; se trata de mantener las estructuras de poder, pero considerando un comportamiento ético” (Araque & Montero, 2006, p. 113).

Por otra parte, quienes defienden las teorías intermedias, están de acuerdo con la inclusión de solo algunos intereses de los grupos de interés dentro de la estructura administrativa de la organización.

Finalmente, en las teorías exigentes se conglomeran “aquellas posiciones consideradas extremas, al considerar la inclusión de todos los stakeholders en el proceso de toma de decisiones de la organización”(Araque & Montero, 2006, p. 113).

Cada una de estas teorías, presentan diferentes dificultades de aplicación práctica, debido a los contextos situacionales que enfrentan la mayoría de las organizaciones hoy en día, teniendo en cuenta los altos niveles de competitividad que se suscitan en las relaciones empresariales actuales. Sin embargo, no debe ser excluida la participación activa de los stakeholders en aquellas decisiones que implican una afectación directa o indirecta a los mismos, cooperando así en el alcance de metas y beneficios comunes.

2.4. Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito de las organizaciones.

Sin duda, aquellas organizaciones que gestionan sus procesos empresariales según los principios y acciones delimitadas por la Responsabilidad Social Empresarial, añaden a su práctica común una ventaja competitiva imperecedera que eleva y favorece los indicadores necesarios para que la organización prospere y se consolide dentro de su ámbito de negocios. Por esta razón, la incidencia de la RSE en la organización, es analizada según diferentes perspectivas.

2.4.1. Perspectiva económico-financiera.

Si bien las organizaciones requieren de la obtención de utilidades estables a través de su actividad económico-financiera, se requiere de políticas que favorezcan dicho movimiento de manera justa y responsable. Para ello, tal como señalan Iturrioz & Dopacio(2009), se deben considerar diferentes aspectos relacionados con:

- Establecimiento de un sistema de precios equitativos y competitivos.
- Accesibilidad igualitaria a la información y mecanismos de compra-venta ofertados por los mercados.
- Transparencia en las relaciones de negociación de costos con los proveedores.
- Inversión de un porcentaje razonable de utilidades en proyectos que favorezcan el desarrollo sostenible comunitario y medioambiental.
- Integridad en los procesos de selección de organizaciones oferentes de capital, de forma tal que las mismas operen según normas morales y éticas bien definidas.

Además, el hecho que una organización genere gran cúmulo de utilidades, no es contraproducente con la RSE, ya que se reconoce que estos factores son decisivos en el aporte de la organización para el mejoramiento de la sociedad. Sin embargo, lo que se pretende es que la inversión de una parte de dichas utilidades, sea gestionada responsablemente, de manera tal que resulten beneficiados los diferentes grupos de interés afectados por dicha práctica empresarial.

2.4.2. Perspectiva funcional-organizativa.

Dentro de los aspectos más importantes relacionados con la RSE en las entidades, según Lozano (2015) las normas y procedimientos a establecer deben ser encaminados a la creación de ciertos estándares organizativos referidos a:

- Constitución de diversos códigos éticos, conductuales y morales desde el aspecto no solo interno de la organización, sino también vinculados al comportamiento adoptado del talento humano para con la comunidad y el medio ambiente.
- Inclusión del talento humano en los procesos empresariales referentes a las a las inversiones acometidas por la organización, utilización del capital, y a la toma de decisiones en general.
- Claridad y difusión certera sobre las acciones que tienen los miembros pertenecientes a la organización para cumplir responsablemente con su objeto social, misión, visión y otros elementos estratégicos, favoreciendo la participación de los demás grupos de interés intervinientes (gobierno, clientes, proveedores, propietarios, entre otros).
- Flexibilidad de la estructura organizativa-funcional establecida en la organización, de manera que se pueda reaccionar ante los cambios y demandas del entorno social positivamente, sin afectar a la comunidad ni a los trabajadores pertenecientes a la organización.

2.4.3. Perspectiva legal.

A pesar de que la RSE presenta un carácter voluntario y de espontaneidad, las organizaciones deben cumplir con ciertos requisitos legales y jurídicos que establecen obligaciones y derechos tanto para empleadores como empleados.

Es por ello que se afirma que muchas organizaciones adoptan ciertos elementos de responsabilidad social, aun cuando no tienen conocimiento de ello, o lo que es lo mismo, la RSE es asumida de manera inconsciente (Guilbert, 2009). Dichos requisitos están asociados a los elementos enunciados a continuación:

- Establecimiento de una base legal regulatoria general que haga referencia a la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

- Implementación de un Sistema de Seguridad, Salud, Higiene Ocupacional y Gestión de Riesgos Laborales.
- Decretos sobre leyes antimonopólicas y anticorrupción.
- Normativas legales sobre Gestión Medioambiental.
- Cumplimiento con los requisitos legales favorecedores al talento humano perteneciente a la organización, atendiendo a condiciones del puesto de trabajo, sistemas salariales, sistemas de remuneración y contribución, entre otros elementos.(Guilbert, 2009)

2.4.4. Perspectiva comunitaria.

La perspectiva comunitaria de responsabilidad social empresarial para una organización, se refiere, fundamentalmente, a la valoración de las necesidades de la sociedad de forma tal que se generen y fomenten acciones dirigidas a la elevación del nivel de vida de la comunidad. Dichas actividades, a parecer de Lozano (2015)están muy relacionadas con los factores siguientes:

- Diseño y oferta de productos y/o servicios que cumplan con las necesidades básicas y expectativas de la sociedad.
- Prestaciones de carácter filantrópicas, tales como: donaciones a centros de beneficencia, auspicios a proyectos comunitarios, apoyo a aquellas localidades afectadas por catástrofes naturales, entre otras.
- Inserción voluntaria de los miembros de la organización en trabajos que aportan beneficios para la comunidad, independientemente de su nivel jerárquico.
- Proyectos sociales financiados con capital propio, de forma que se generen en la comunidad nuevos puestos de trabajo.
- Inclusión en la plantilla empresa a personas discapacitadas.

2.4.5. Perspectiva medioambiental.

La perspectiva medioambiental de RSE en las organizaciones, establece un conjunto de políticas y normas que limitan las acciones empresariales productoras de efectos nocivos para el medio ambiente. Asimismo, se tienen en cuenta ciertas actividades que contribuyan a la reducción de la contaminación ambiental de la comunidad, mencionadas por Lozano (2015):

- Implementación de un Sistema de Gestión Medioambiental.

- Aprovechamiento responsable de los materiales útiles para la elaboración de productos.
- Instauración de un sistema de logística inversa, donde se reciclan, reutilizan o se destruyen en última instancia los materiales sobrantes del proceso productivo o productos finales desechados por los clientes.
- Establecimiento de medidas que eviten la contaminación de los recursos naturales.
- Aprovechamiento de las diversas fuentes de energía renovable.
- Elaboración de productos según los parámetros establecidos por organismos que conceden certificaciones de productos y/o servicios ecológicos.

2.5. Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.

En estos momentos, es incuestionable la importancia que tiene la responsabilidad social para cualquier organización. Caldas y Lacalle(2012) al respecto expresan que “la empresa encuentra en el comportamiento socialmente responsable una ventaja competitiva importante” (p.8).

Para Rueda (2008), la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un factor de gestión imprescindible para las organizaciones, ya que esta práctica contribuye con una visión innovadora y de alto impacto en los ámbitos socio-económicos y ecológicos, confiriéndole la relevancia real que poseen muchos factores en la gestión empresarial que, en la mayoría de las ocasiones, son desapercibidos. Además, la RSE enriquece el conocimiento sobre la organización como modelo de negocio efectivo, con capacidad para responder a los nuevos requerimientos de la demanda social mediante su adaptabilidad a las prácticas empresariales innovadoras, sin desentenderse en esta praxis de la protección medioambiental.

Navarro(2012)analiza con mayor profundidad la importancia para las organizaciones sobre gestionar según los preceptos de Responsabilidad Social Empresarial, ya sea desde el punto de vista interno como externo. Algunos de estos aspectos son:

- Las entidades socialmente responsables se preocupan más y se anticipan a las necesidades de los diferentes grupos de interés (empleados, comunidad, accionistas, y otros grupos sociales).(Navarro, 2012)
- Mejora el prestigio y la imagen de la marca de la organización. (Navarro, 2012)
- Establece diálogos diáfanos con los clientes de forma tal que los mismos se sienten más comprometidos y leales para con la empresa.(Navarro, 2012)

- Se perfeccionan los diálogos de comunicación interna y externa. (Navarro, 2012)
- Aumenta los niveles de rendimiento y productividad del talento humano de la organización, incidiendo directamente en la mejora de la rentabilidad y las utilidades. (Navarro, 2012)

La Responsabilidad Social Empresarial “permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en las que opera y el entorno” (Navarro, 2012, p. 71).

Entonces, aquellas organizaciones que adopten la filosofía de gestión según la Responsabilidad Social Empresarial, contarán con un modelo novedoso para aprovechar eficientemente sus recursos materiales y financieros -que se presentan cada vez más escasos-; perfeccionar sus sistemas de producción de bienes y mejorar el poder de negociación de la organización con sus clientes, proveedores y demás grupos de interés, donde el enfoque se ajuste con el pensamiento de ganar-ganar.

Añadido a esto, la entidad integraría a su cultura organizacional un cúmulo de valores morales y éticos, preceptos, normas y pautas que reglamentarían toda la actividad descrita anteriormente, potenciando el desarrollo sustentable de la sociedad en general y del medio ambiente.

2.6. Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador.

El Ecuador no ha estado exento de concederle la importancia que reviste la gestión según la Responsabilidad Social Empresarial. Según datos extraídos de EKOS (2014), el 85% de los ecuatorianos expresa que las empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial como forma de gestión son superiores a las que no consideran esta modalidad administrativa. En este sentido, el 94% preferiría adquirir sus productos provenientes de empresas con Responsabilidad Social Empresarial incorporada en su modelo de gestión empresarial.

También el estudio de EKOS (2014) demostró que el 75% de los ecuatorianos comprende relativamente el significado de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que los encuestados les concedieron mayor importancia a aquellas actividades de responsabilidad empresarial vinculadas con la protección del medio ambiente.

A pesar de esta situación, se han creado ciertos institutos que promueven la actividad de RSE en el país. Dentro de los más destacados, se encuentran el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) y el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador (IRSE).

CERES se define como “una organización privada sin fines de lucro que privilegia el intercambio de experiencias entre los diversos actores de la sociedad, el diálogo constructivo, así como la construcción de capacidades que permitan fortalecer la gestión socialmente responsable de las empresas” (CERES, 2016).

Por su parte, el IRSE es un instituto que “investiga, selecciona, analiza, adapta y desarrolla metodologías y herramientas, que tornen eficaz el impulso y la implantación de la cultura de RSE” (IRSE, 2016). Además, dicho organismo desarrolla actividades de información, investigación, difusión y capacitación con respecto a la responsabilidad social empresarial.

Ambas entidades brindan servicios de auditorías e implementación de acciones de responsabilidad social empresarial para las organizaciones, independientemente a su tamaño o nivel de actividad, utilizando para ello herramientas y softwares especializados en el tema. Además, integran y aplican los diversos modelos de RSE, algunos ya explicados previamente, y se encuentran asociadas a otras instituciones de prestigio internacional también promotores de la RSE.

Aun así, aunque las acciones de RSE resultan todavía incipientes, las investigaciones realizadas indican que existe una tendencia creciente en el Ecuador a valorar positivamente las prácticas de responsabilidad social en las organizaciones que desarrollan su actividad productiva y comercial en el país. Esta cuestión debería considerarse entonces como una oportunidad excelente para enfatizar la necesidad creciente de las organizaciones de ser gestionadas mediante la Responsabilidad Social Empresarial, como estrategia fiable de aporte de beneficios a las entidades que la asuman, a la sociedad y al entorno ambiental.

2.7. Norma ISO 26000.

La norma ISO 26000:2010 pertenece al grupo de normas internacionales ISO¹, la cual es una guía orientativa acerca de la responsabilidad social que es aplicada de manera indistinta al tipo de organización, y que no se hace tampoco distinciones de acuerdo al grado de desarrollo de los países.

¹En español: Organización Internacional de Normalización.

En ISO (2010) se expresa:

Esta norma proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización (...). Hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social. (p.2)

La norma ISO 26000, de la misma manera que agrega valor a la labor presente sobre la Responsabilidad Social (RS), amplía el conocimiento, la visión y la implementación de dicha filosofía a través de:

- El desarrollo de un consenso internacional sobre lo que significa RS y los asuntos de RS que las organizaciones necesitan abordar.
- El aporte de una guía para la traducción de los principios en acciones efectivas.
- La afinación de las mejores prácticas que ya han evolucionado y la difusión de la información en todo el mundo para el bien de la comunidad internacional. (ISO, 2011)

Una de las características fundamentales de la norma ISO 26000, que también es compartida por toda la familia de normas ISO (9000, 14000, OSHAS 18000, entre otras) es su flexibilidad. Por ello, Fernández(2009) expresa al respecto que la norma ISO 26000 ha sido elaborada atendiendo “al respeto por los instrumentos internacionalmente reconocidos, cumplimiento de las leyes y el reconocimiento de los derechos de los stakeholders” (p. 167).

Análogamente, la norma ISO 26000 se basa en ciertos principios para su elaboración, tal como se presentan a continuación en la siguiente figura:

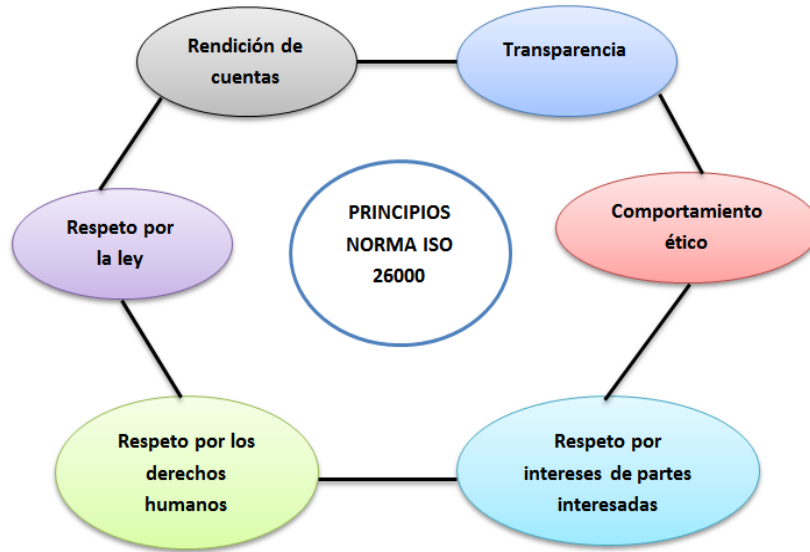


Figura 5. Principios de la norma ISO 26000.

Fuente: (ISO, 2010).

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Sin embargo, a pesar de la importancia que reviste para las organizaciones la norma ISO 26000:2010, la misma no es certificable. En este sentido, Pérez, Furió y Sánchez(2014) plantean:

La ISO 26000, a pesar de ser una norma como su nombre lo indica, es una guía, y al ser una guía no contiene requisitos, sino recomendaciones o lineamientos, lo cual quiere decir que no puede ser certificable, porque para que una norma sea certificable debe contener requisitos. (p. 189)

Por otra parte, se establece que la norma que la responsabilidad social empresarial sea concebida según el ciclo Deming, de manera que la RSE se ajuste a la praxis satisfactoria de gestión para la mejora de dicho proceso; es así como se consideran los aspectos siguientes:



Figura 6. Parámetros de la norma ISO 26000.

Fuente: (ISO, 2010).

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

La norma ISO 26000 enfatiza en el mejoramiento continuo del proceso de Responsabilidad Social Empresarial, estableciendo además diversas conceptualizaciones para que la aplicación de la misma sea eficiente, por lo que se requiere del compromiso de la dirección, la planificación de las acciones de RSE y su verificación y control a través de acciones preventivas y correctivas.

Aun así, a pesar de que la norma ISO 26000 no tiene un carácter obligatorio para las organizaciones, al parecer de Heredia (2013):

Su objetivo es animarles a ir más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social (...). En la aplicación de la norma ISO 26000:2010, es recomendable que una organización tenga en cuenta la sociedad, la diversidad medioambiental, jurídica, cultural, política y organizativa, así como las diferencias en las condiciones económicas, compatibles con las normas internacionales de comportamiento. (p. 106)

Dentro de los principales beneficios que le proporciona una gestión de las mismas mediante la Responsabilidad Social Empresarial según la norma ISO 26000, Bowens(2011) destaca los siguientes:

- Dota a las organizaciones de una ventaja competitiva con respecto a aquellas que no han sido evaluadas con respecto a la norma, siendo entonces

estas ineficaces para evidenciar su accionar según un comportamiento de responsabilidad social.

- Mejora sustancialmente de las relaciones con los grupos de interés, los cuales perciben a la organización en un sentido más positivo producto a su consagración con el comportamiento socialmente responsable.
- Ayuda a aumentar la moral del talento humano de la organización, así como dispone a la misma de capacidad de atracción y retención de profesionales con mayor capacitación y preparación.
- Posibilita el mejoramiento de la imagen de las empresas en dentro del entorno financiero.

Aun así, la norma ISO 26000 presenta algunos inconvenientes, asociados a:

La homogenización de criterios de RS para organizaciones heterogéneas puede crear problemas a la hora de implementar norma.

- El texto es extenso, y el contenido muy generalista. No facilita la contemplación de las particularidades de las empresas.
- Como es una norma voluntaria, no vinculante, no hay nada que garantice que las organizaciones, efectivamente, vayan a implementar la norma.
- Al tratarse de una norma universal, es poco sensible a las peculiaridades culturales de cada país.
- Su enfoque preventivo, más que correctivo, puede restarle potencia. • A pesar de tratarse de una norma voluntaria, no reconoce un papel relevante para los Estados.
- El uso del término “esfera de influencia” se puede entender como una injerencia de la empresa en las actividades de otras organizaciones.
- Se puede manipular como una barrera al libre comercio y a la libre competencia. (Argandoña & Isea, 2011, p. 15)

A pesar de los mencionados inconvenientes, Bowens(2011) enfatiza que “toda organización que elija seguir el estándar, podrá optimizar sus procesos, sistemas de gestión y las actividades relacionadas con la responsabilidad social, contribuyendo al desarrollo sostenible a nivel mundial”(p. 15).

Entonces, se puede afirmar que la norma ISO 26000 facilita en las organizaciones dictaminar acciones que contribuyan con el desarrollo sostenible, siempre en el marco de la voluntariedad y no de obligatoriedad, elemento muy vinculado a la Responsabilidad Social Empresarial como filosofía de gestión. Es así como la autora considera que de ser delineadas las estrategias de RSE según los requisitos dictaminados por la norma ISO 26000, se viabilizará su gestión con un elevado porcentaje probabilístico de éxito en este sentido.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.

3.1. Enfoque de la investigación.

El enfoque investigativo es definido como el proceso consecuente y sistemático, que relaciona los diversos métodos de investigación. Atendiendo a dicho enfoque, la investigación es clasificada como cualitativa, cuantitativa o mixta.

Un enfoque cuantitativo tiene como finalidad “formular preguntas de investigación [...] para posteriormente probarlas, confía en la medición estandarizada y numérica, es reduccionista y pretende generalizar los resultados de sus estudios mediante muestras representativas”(Hernández Sampieri, Fernández, y Bautista, 2014, p. 23).

. Entonces, este estudio corresponde a un enfoque cuantitativo, ya que se obtienen una determinada cantidad de datos que permiten describir y medir el fenómeno que se está investigando, conceptualizando para ello diferentes aspectos teóricos como bases sólidas y argumentativas de las soluciones proyectadas.

3.2. Tipo de estudio.

En correspondencia con el tipo de estudio, las investigaciones pueden ser clasificadas en: exploratorias, descriptivas, explicativas, experimentales, correlacionales, causales, entre otras, según el nivel cognoscitivo que es intentado alcanzar por el investigador.

La presente investigación es catalogada como un estudio de tipo descriptivo, ya que se detallará y analizará cómo se desarrolla la gestión empresarial según los criterios de Responsabilidad Social Empresarial en Betto Factory, organización objeto de estudio, por lo que se requiere de una evaluación exhaustiva de la información obtenida para así exponer los elementos necesarios que posibiliten realizar un diagnóstico fiable sobre tal situación y proponer así mejoras al respecto.

3.3. Modalidad de la investigación.

La modalidad investigativa se encuentra estrechamente relacionada con el enfoque del estudio. En el caso específico de la investigación que se aborda, fueron definidas dos modalidades: investigación bibliográfica e investigación de campo.

3.3.1. Investigación bibliográfica.

La investigación bibliográfica se refiere al ordenamiento sistemático de un conjunto de lineamientos con el propósito de recopilar información importante mediante fuentes documentales fidedignas.

En este sentido, aseveran Icart, Fuentelzas y Pulpón(2007)que la investigación bibliográfica “comprende todas las actividades relacionadas con la búsqueda de información escrita sobre un tema acotado previamente y sobre el cual, se reúne y discute críticamente, toda la información recuperada y utilizada” (p. 12).

En este trabajo investigativo, se llevó a término una investigación bibliográfica que posibilitó la conformación del marco teórico-conceptual mediante la estructuración lógica, y el estudio de diferentesreferencias bibliográficas relativasa la fenomenología examinada. El ordenamiento y recopilación de dicha bibliografía resultará beneficioso para el estudio de compendiosteóricos relevantes en la formulación de diversas perspectivas que conduciránel proceso investigativo.

3.3.2. Investigación de campo.

Rojas (2005)expresa que la investigación de campo:

Es el conjunto de actividades dirigido a recopilar información empírica sobre un aspecto o problema específico de la realidad (...) El trabajo de campo se planea con base en la información que se tiene sobre el objeto de estudio, la información que se quiere obtener, los objetivos del estudio, el tipo de técnicas e instrumentos que habrá que aplicarse, así como el tiempo, el personal y los recursos económicos y materiales disponibles. (p. 180)

Específicamente, en el presente estudio se manifiesta la investigación de campo ya que, mediante dicho proceso, se obtuvo información sobre la gestión empresarial en Betto Factory, lo que posibilitó la caracterización y síntesis de la problemática de interés investigativa.

3.4. Métodos de investigación.

En el desarrollo de la investigación expuesta, fueron aplicados los diversos métodos, siendo estos: analítico-sintético, inductivo-deductivo y el de observación.

3.4.1. Método analítico-sintético.

Para Bernal(2007), el método analítico–sintético “estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para tener luego una visión integral (síntesis)” (p. 57).

El método analítico–sintético se utilizó para el análisis de la gestión empresarial atendiendo a la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial en Betto Factory, apoyándose para ello en los requisitos dilucidados por la norma ISO 26000. Dicho análisis se fundamenta en la previa recopilación de datos, así como en la contrastación teórica entre los fundamentos de la norma ISO 26000 y la exposición práctica de la gestión empresarial.

De esta manera, se especificó de manera general cómo se lleva a cabo la gestión empresarial en Betto Factory según los principios de responsabilidad social empresarial para así alcanzar soluciones puntuales que permitan solventar las falencias identificadas.

3.4.2. Método inductivo–deductivo.

El método inductivo–deductivo está fundamentado “en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general)” (Bernal, 2007, p. 56).

Este método se manifiesta en el estudio a través de la aplicación de encuestas al talento humano miembro de la organización investigada referentes a la RSE y otros elementos de la gestión empresarial, posibilitándose obtener conclusiones globales sobre la praxis gerencial con respecto a dicha filosofía.

3.5. Población y muestra.

Johnson y Kuby (2008)afirman que población “es la colección o conjunto de individuos, objetos o eventos cuyas propiedades serán analizadas”(p. 7).

Existen dos clasificaciones para la población, atendiendo a la cantidad de personas u elementos sujetos a estudio, por lo que la misma puede ser finita o infinita. Una población finita es aquella de la que se conoce el número exacto de elementos intervinientes, pudiendo ser cuantificada. En el caso contrario, si no se puede determinar dicha cuantía de elementos, la población tiene un carácter infinito (Johnson & Kuby, 2008).

En el caso del estudio que se expone, la población se considera finita y está compuesta por todos los miembros de la empresa Betto Factory, quienes ascienden a 25 personas.

En cuanto a la muestra estadística, la misma es definida como “un grupo relativamente pequeño de unidades de estudio que representa las características de la población” (p. 50).

Para la presente investigación, no fue necesaria la selección de una muestra, ya que, al ser la población muy pequeña, el cálculo de la muestra representativa de la misma carece de sentido, por lo que los instrumentos de investigación fueron aplicados al conjunto total de sus miembros.

3.6. Técnicas e instrumento de investigación.

3.6.1. Encuesta y cuestionario.

La técnica de investigación utilizada para este trabajo fue la encuesta. Una encuesta, a criterio de Alvira (2011), es básicamente una herramienta de recopilación de información con una conceptualización consecuente, lógica y estructurada, lo que le confiere su carácter de método. Asociada a la técnica de la entrevista, se encuentra como instrumento el cuestionario, mediante el cual se puede obtener información imparcial sobre el fenómeno que se analiza, siendo los criterios derivados de la misma de inestimable utilidad para arribar a conclusiones certeras y tomar decisiones acertadas al respecto.

Se requiere entonces de una estructuración coherente del cuestionario, asegurando así la obtención de información clara y relevante, respetando el principio de confidencialidad del encuestado, de manera que se evite que el mismo sienta coacción en el momento de contestar las interrogantes presentadas y la información proporcionada. Es así como al aplicar la técnica de la encuesta y el cuestionario asociado a la misma al talento humano miembro de la organización, fueron respetados dichos principios, generando un entorno seguro y cordial.

3.6.2. Observación.

Otra técnica de investigación que se pone de manifiesto en el presente estudio, se refiere a la observación científica, al constituir una manera de aproximación in situ a la problemática que se desea investigar. Además, dicho método está fuertemente relacionado a la modalidad de investigación de campo.

León y Coello (2007) enfatizan que la observación científica “es la percepción planificada dirigida a un fin y relativamente prolongada de un hecho o fenómeno. Es el instrumento

universal del científico, se realiza de forma consciente y orientada a un objetivo determinado” (p. 61).

Entonces, es evidente la utilización de observación como técnica, ya que se pudo estimar con un elevado nivel de fiabilidad cómo se desarrolla la gestión empresarial en la organización objeto de estudio en su relación con la RSE, excluyendo de este análisis elementos subjetivos que pudieran afectar el proceso investigativo.

3.7. Recopilación de datos.

La recopilación de datos fue desarrollada a través de dos tipos de fuentes de información: primarias y secundarias.

Según Hernández Sampieri y otros(2014), las fuentes de información primaria “constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica en la revisión de la literatura y ofrecen datos de primera mano; mientras, las fuentes de información secundaria son compilaciones, resúmenes y listado de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular” (p. 66)

En la presente investigación, estas fuentes informativas fueron resultantes tanto del personal administrativo de Betto Factory como de los miembros de la organización de menor jerarquía. También, fueron examinados rigurosamente la literatura que aborda el tema presente en artículos, ensayos y revistas científicas, compendio de autores reconocidos, libros, páginas web especializadas, entre otros elementos.

3.8. Procesamiento de datos.

Al parecer de Giraldo (2006), “el procesamiento de datos tiene como fin generar datos agrupados y ordenados que faciliten al investigador el análisis de la información según los objetivos, hipótesis y preguntas de investigación construidas” (p. 69).

De esta manera, el procesamiento de datos se evidenció en la investigación mediante la tabulación de información resultante de las herramientas aplicadas al respecto; dicha tabulación fue ejecutada utilizando el software Microsoft Excel, ya que posibilita un sencillo tratamiento de los mismos.

CAPÍTULO 4.LA EMPRESA

4.1. Caracterización de la organización.

4.1.1. Antecedentes de la empresa.

La empresa Bettos Factory es una organización cuyo objeto social es la fabricación y comercialización de ropa de diferentes marcas, cubriendo los diferentes segmentos de mercado compuesto por personas de todos los géneros, edades y nivel adquisitivo. Su principal finalidad consiste en la satisfacción de los deseos de sus clientes en cuanto a vestir prendas con un diseño atractivo, de calidad, novedoso y cumpliendo con los estándares actuales y tendencias que impone la industria de la moda.

Bettos Factory desarrolla su actividad empresarial fundamentalmente en el sector comercial de la ciudad de Cuenca, por lo que la afluencia de clientes a su establecimiento es considerada como óptima al adquirir los mismos con elevada frecuencia los productos ofertados por la organización. Esta razón dota a la entidad de una situación económico-financiera sólida, reconocimiento y prestigio en su ámbito de negocios.

4.2. Filosofía de la empresa.

4.2.1. Misión y visión.

Bettos Factory se ha propuesto como misión:

“Somos una empresa que se dedica a la producción y comercialización de prendas de vestir que marcan las tendencias de la moda actual, enfatizando en la satisfacción y superación de las expectativas de nuestros clientes con ofertas de calidad y precios asequibles. Además, nos preocupamos por brindar beneficios en el ámbito económico, social y medioambiental”.

Es así como la visión de la organización enuncia:

“Ser la empresa insigne en el mercado de comercialización y producción de prendas de alta costura, con presencia en todo el territorio nacional y que se diferencie por proveer a sus clientes de una amplia variedad de productos reconocidos por su óptima relación entre la calidad y el precio de los mismos”.

4.2.2. Valores y principios de la organización.

Tanto la alta dirección de Bettos Factory como su talento humano se sienten implicados en el cumplimiento de ciertos principios y valores adoptados que conforman su cultura organizacional. Además, dichos valores son puestos a conocimiento de los diferentes grupos de interés, de manera que se pueda ejercer una acción empresarial transparente y responsable, ofreciendo así productos y/o servicios de inestimable calidad.

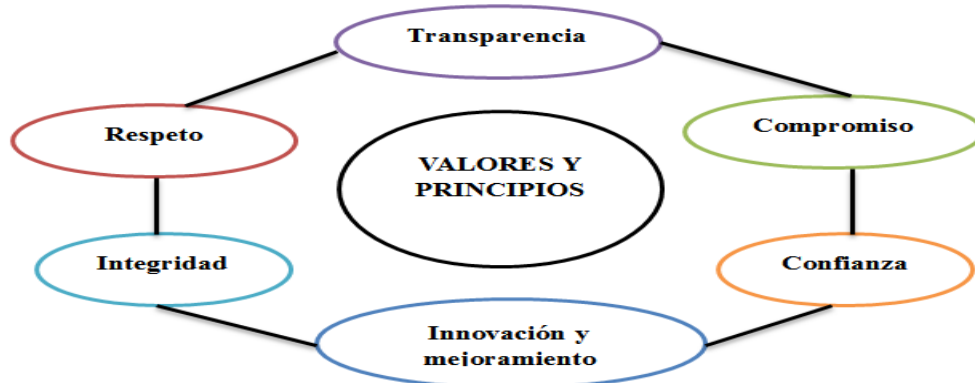


Figura 7. Valores y principios de la empresa Bettos Factory.

Fuente: Bettos Factory.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

4.2.3. Productos.

La empresa Bettos Factory oferta una gran diversidad de productos referentes a las prendas de vestir, con líneas consistentes en ropa formal o informal, ropa deportiva, calzado y ropa interior, para hombre, mujer o niño, tal como se muestra en la figura:

Ropa formal e informal	Ropa deportiva	Ropa interior
<ul style="list-style-type: none">• Pantalones de tela.• Camisas.• Chaquetas.• Blusas formales e informales.• Vestidos.• Chaquetas.• Pullover.• Combinaciones de prendas de vestir.	<ul style="list-style-type: none">• Calentadores.• Shorts.• Lycras.• Abrigos.• Camisetas.• Combinaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Brasiers.• Blumers.• Calzoncillos.

Figura 8. Línea de productos de la empresa Bettos Factory.

Fuente: Bettos Factory.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

4.2.4. Proveedores.

Los principales proveedores de Bettos Factory, tanto de materia prima para la producción como para comercialización son: Pat Primo Ecuador Comercializadora S.A, IMMEVI CIA. LTDA, S.J. Jersey Ecuatoriano C.A., Distribuidora Textil del Ecuador Distritex S.A, entre otros. La materia prima abarca diferentes tipologías, dentro de las que se pueden mencionar: telas de algodón, poliéster, jean, randa stretch, lino; hilos de algodón, poliéster, seda, remaches, botones, entre otros materiales complementarios.

4.2.5. Clientes.

Los clientes de Bettos Factory pertenecen a los diferentes estratos sociales, con total independencia de su género, edad, raza o poder adquisitivo, debido a que la organización comercializa sus productos atendiendo a las características antes mencionadas. De esta manera se puede afirmar que Bettos Factory cuenta con una amplia variedad de clientes asiduos, al ser sus productos ampliamente demandados.

4.2.6. Competidores.

Se considera que los competidores de Bettos Factory son todas aquellas organizaciones que se dedican a la comercialización y producción al por mayor y al detalle de prendas de vestir, constituyendo un mercado bien amplio. Sin embargo, en el área geográfica en la que se encuentra localizada la dicha organización objeto de estudio, destacan como principales oferentes BATEX, SHYROS y FASHION.

Estas organizaciones cuentan también con gran variedad de productos que pueden ser considerados como sustitutivos. Sin embargo, tanto la calidad de los productos y en el servicio de que Bettos Factory oferta, así como la amplitud del público objetivo, posibilita que la organización no se vea afectada por la actividad económico-comercial que realizan dichos competidores.

4.2.7. Análisis estratégico.

El análisis de la situación estratégica de Bettos Factory se presenta a partir de los resultados derivados de la Matriz FODA, donde se toma en cuenta la combinación entre los factores internos y externos, de forma tal que se pueda establecer una posición y futuro direccionamiento estratégico para la organización (Ferrell y Haltline,2012).

Los factores internos son aquellos sobre los cuáles la empresa en cuestión puede controlar o ejercer influencia, siendo los mismos las fortalezas y debilidades. En sentido contrario, los factores externos hacen referencia a los elementos sobre los cuáles la organización tiene control y pudieran afectar su posición y decisiones estratégicas, por lo que son clasificados como oportunidades y amenazas. Estos grupos de factores son identificados para Bettos Factory a continuación:

Fortalezas:

- ✓ F1: Óptima calidad y diseño distintivo de los productos.
- ✓ F2: Elevada participación en el mercado
- ✓ F3: Respeto y prestigio alcanzado en su ámbito de negocios.
- ✓ F4: Estabilidad económico-financiera.
- ✓ F5: Conocimiento y experiencia del talento humano.

Debilidades:

- ✓ D1: No se posee una marca registrada como propia.
- ✓ D2: Utilización ineficiente de los diferentes medios publicitarios.
- ✓ D3: Limitaciones en el proceso de toma de decisiones de los empleados.
- ✓ D4: La maquinaria de producción no se corresponde con los avances tecnológicos actuales.

Oportunidades:

- ✓ O1: Creciente aumento de la demanda en la industria de la moda.
- ✓ O2: Apertura de sucursales tanto locales como nacionales.
- ✓ O3: Nuevas formas de publicidad con bajos costos, principalmente en redes sociales.
- ✓ O4: Avances tecnológicos en el sector productivo de alta costura.

Amenazas:

- ✓ A1: Aumento sostenido en la entrada de nuevos competidores.
- ✓ A2: Tendencia a la baja de costos por la amplia variedad de productos.
- ✓ A3: Crecimiento de nuevas modalidades de negocios como las tiendas online.
- ✓ A4: Situación económica crítica del país.

Entonces, determinados los factores internos y externos, se elaboró la matriz FODA, que es resultante de la relación existente o no entre cada factor interno con cada factor externo (A interés de la presente investigación, se marcará con una X cuando se considere que hay relación entre los factores).

MATRIZ FODA		OPORTUNIDADES					AMENAZAS						
		O1	O2	O3	O4	Total	A1	A2	A3	A4	Total		
FORTALEZAS	F1	X	X			2	X	X			2		
	F2	X	X	X		3	X	X		X	3		
	F3	X	X	X		3	X				1		
	F3	X	X	X	X	4		X		X	2		
	F5		X	X	X	3			X		1		
Total							15						9
DEBILIDADES	D1	X	X		X	3	X				1		
	D2	X		X		2	X	X	X		3		
	D3	X	X	X		3	X		X		2		
	D4	X			X	2					0		
	D5	X	X		X	3	X				1		
Total							13						7

Figura 9. Matriz FODA para la organización Bettos Factory.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

La suma de las relaciones alcanzada en cada cuadrante de la matriz FODA, se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Puntuación de cada cuadrante de la matriz DAFO.

FORTALEZAS-OPORTUNIDADES	FORTALEZAS-AMENAZAS
15	9
DEBILIDADES-OPORTUNIDADES	DEBILIDADES-AMENAZAS
13	7

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Tal como se destaca, el cuadrante de mayor puntuación hace referencia a la relación entre las fortalezas y las oportunidades, por lo que se evidencia que Bettos Factory presenta una posición privilegiada, y requiere establecer una estrategia de carácter agresiva, o sea, aprovechar las oportunidades de mercado mediante el potenciamiento de las fortalezas, lo cual puede ser materializado a partir de la gestión de dicha organización según la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

5.1. Presentación de los resultados derivados del cuestionario.

En el presente acápite se expone una presentación y análisis de los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, el cual consistió en un conjunto de 19 preguntas donde, a través de las mismas, se pudo caracterizar el conocimiento y el accionar de la empresa Betto Factory en cuanto a la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial, según los requisitos planteados en la norma ISO 26000.

Para la aplicación del cuestionario fueron reunidos los participantes en el estudio, es decir, los trabajadores de la empresa Bettos Factory, a los cuales se les explicó en qué consistía el contenido de la encuesta, asegurándoles además la confidencialidad de sus repuestas, por lo que se les solicitó su total sinceridad y precisión en la emisión de dichas respuestas.

Pregunta 1: ¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial?

Sobre la presente interrogante, la mayoría de los encuestados (40%) expresó que no tiene conocimiento de RSE, mientras que el 28% respondió que apenas conocía sobre dicha filosofía. Por otra parte, un 20% dijo conocer en un nivel aceptable sobre RSE, y solamente un 12% afirmó conocer ampliamente sobre la temática en cuestión.

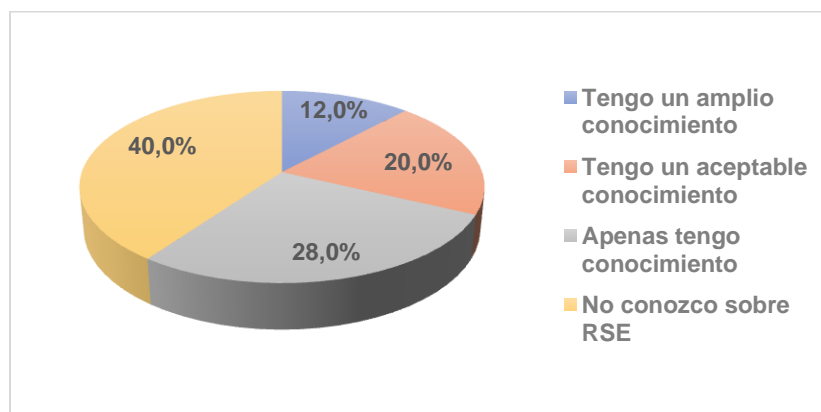


Figura 10. Nivel de conocimiento sobre RSE.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

A través de la siguiente pregunta, se puede afirmar que en Bettos Factory no existe un conocimiento profundo sobre la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial, siendo los

criterios predominantes aquellos que expresan que apenas se conoce o no se conoce nada sobre la temática en cuestión, acumulando entre ambas afirmaciones el mayor porcentaje.

Pregunta 2: ¿De qué manera son expresados los principios y valores éticos y morales en la empresa?

En este caso, existe una ligera diferencia entre los encuestados quienes expresaron que los valores y principios de Bettos Factory han sido definidos formalmente e integrados entre las funciones profesionales de su talento humano, correspondiendo a un valor del 52%; mientras que el 48%, aunque también reconocieron que se encuentran definidos dichos valores y principios, los mismos no han sido incluidos como parte de sus funciones laborales. Por otra parte, ningún encuestado expresó que los valores y principios no han sido delimitados por la alta dirección de la organización.

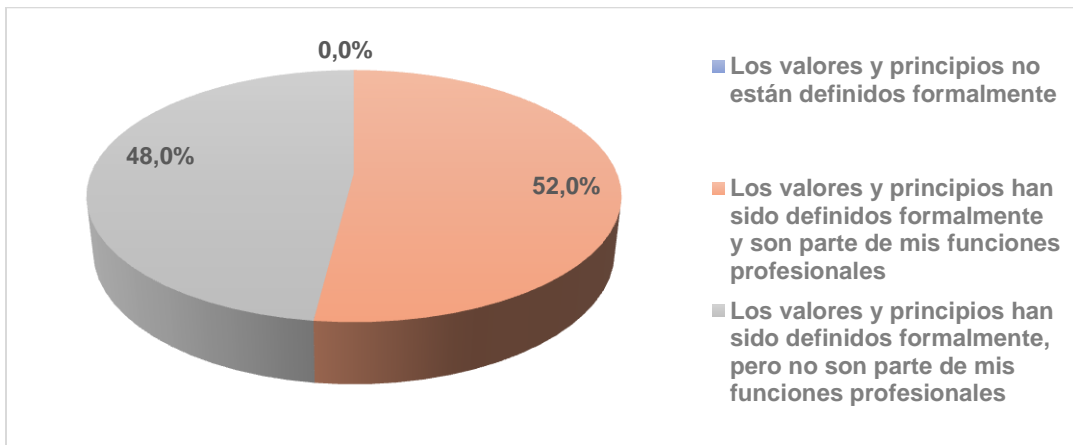


Figura 11. Definición sobre valores y principios de la empresa.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Como es apreciable en el análisis de esta interrogante, los valores y principios de la empresa Bettos Factory han sido definidos y conocidos por el talento humano miembro de la organización, cuestión que también fue abordada en un acápite anterior. Sin embargo, no existe un criterio consensuado sobre la integración de estos valores y principios como parte de las funciones de los trabajadores. Dicha cuestión sugiere que este tema no ha sido tratado a profundidad por parte de la gerencia de la empresa, por lo que se considera un aspecto crítico dentro de las cuestiones relevantes en la Responsabilidad Social Empresarial.

Pregunta 3: Expresión sobre la declaración de los principios y valores definidos por la empresa.

Los resultados de esta pregunta resultaron que la mayor parte de los encuestados consideró que la los principios y valores expresan un compromiso ético con los diferentes grupos de interés (72%), siendo un 28% del criterio contrario.

En cuanto a la cuestión sobre el uso de prácticas prohibitivas para alcanzar beneficios económicos, el 92% de las personas en la empresa cree que conforman parte de los principios de la organización, mientras, apenas un 8% expresó que no se evidencia explícitamente en los principios y valores.

Finalmente, existe unanimidad de criterios sobre la transparencia de la información suministrada a los stakeholders, tal como manifestó el 100% de los encuestados sobre la inclusión de esta práctica ética dentro de los principios y valores de la organización objeto de estudio.

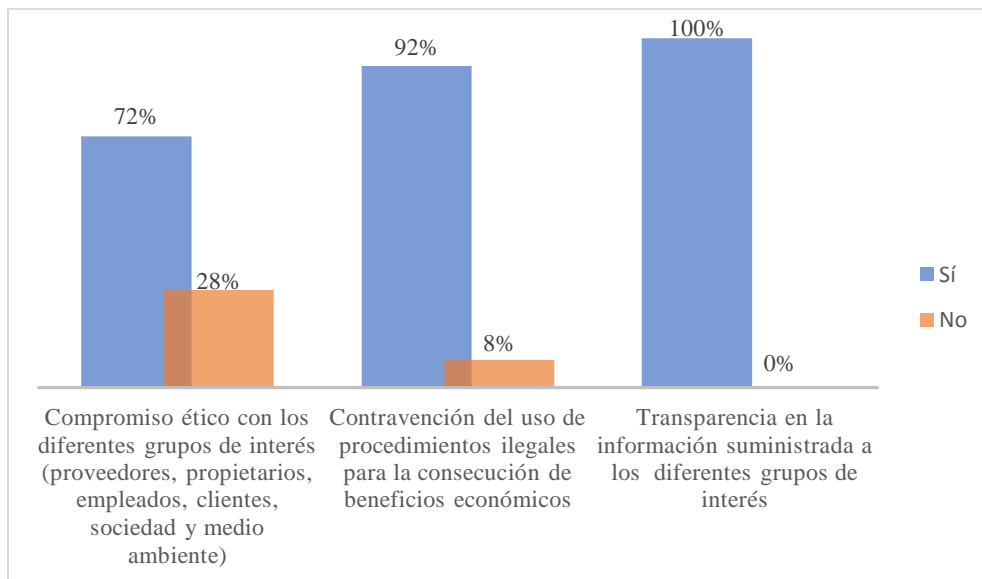


Figura 12. Expresión de valores y principios de la empresa.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Esta interrogante permite expresar que, de forma general, en Bettos Factory existe una visión generalizada sobre la expresión de valores y principios éticos por los que se rige la práctica empresarial en dicha organización. Sin embargo, no se puede dejar de señalar que aún existen falencias en cuanto a la comprensión de la totalidad de los trabajadores sobre lo que esta cuestión significa, pudiendo ser debido a que estos valores no han sido divulgados con efectividad y claridad entre el talento humano.

Pregunta 4: ¿De qué manera son analizados los objetivos estratégicos referentes a la RSE y posteriores planes de acción en la empresa?

Según el criterio mayoritario de los encuestados (80%), no se percibe que los empleados tengan influencia alguna en la conformación de los objetivos estratégicos y planes de acción para lograr las metas de la organización, mientras que un 20% expresó lo contrario.

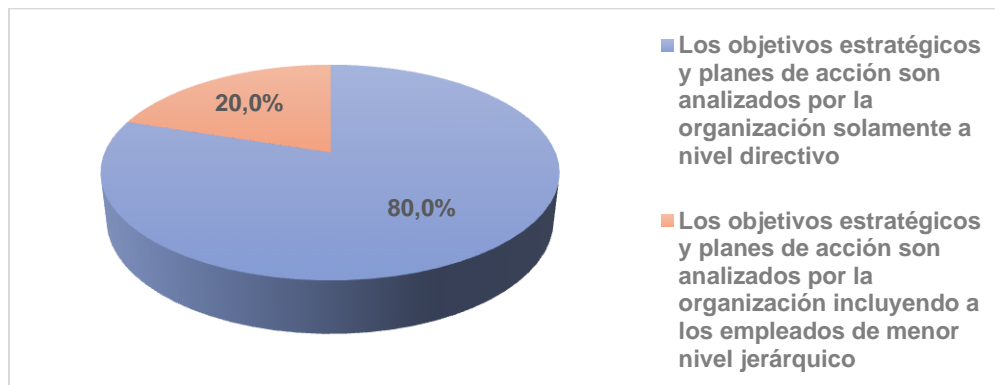


Figura 13. Conformación de los objetivos estratégicos.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Entonces, es evidente que el talento humano miembro de Bettos Factory, no es incluido en el proceso de toma de decisiones para la consecución de los objetivos estratégicos y metas organizacionales concebidas por la alta organización de la empresa, lo que genera un sentimiento creciente en la pérdida de sentido de pertenencia y compromiso para con la organización, ya que los empleados perciben que no constituyen en recurso más importante para la gerencia de la entidad.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia son publicadas y divulgadas las acciones de responsabilidad social de la empresa?

La mayoría de los encuestados (56%) manifestó que la organización ni publica ni divulga sus acciones respecto a la RSE, mientras que el otro criterio mayoritario correspondió a un 32% quienes afirmaron que dicha divulgación es de manera esporádica. En cambio, solamente un 12% expresó que la empresa sí hace una divulgación sobre sus actividades de responsabilidad social empresarial.

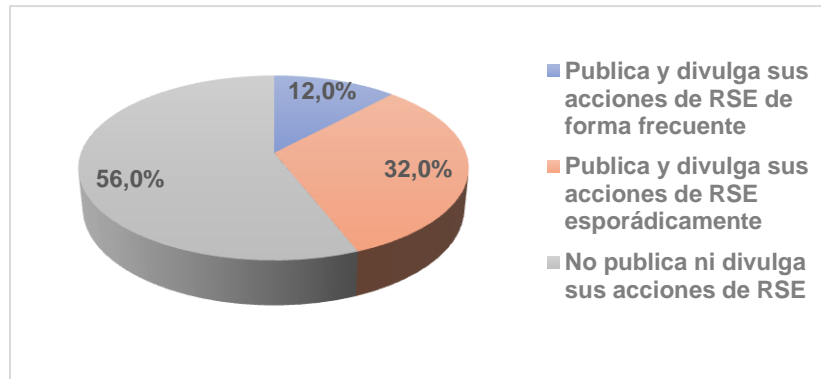


Figura 14. Publicación y divulgación de acciones de RSE en la empresa.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Se evidencia mediante la interrogante expuesta que Bettos Factory ejerce una labor apenas inexistente sobre las acciones que dicha organización realiza en cuanto a la RSE, por lo que también se deduce que no se realiza un balance social en la misma, siendo uno de los aspectos fundamentales contenidos en la filosofía de RSE.

Pregunta 6: ¿La dirección de la empresa permite que usted se encuentre asociado a algún tipo de organización sindical, movimiento social u otro grupo o manifestación de su interés?

En cuanto a esta pregunta, el 100% de los encuestados manifestó que la empresa no se opone a que los empleados sean partícipes de organizaciones sindicales o algún movimiento social.

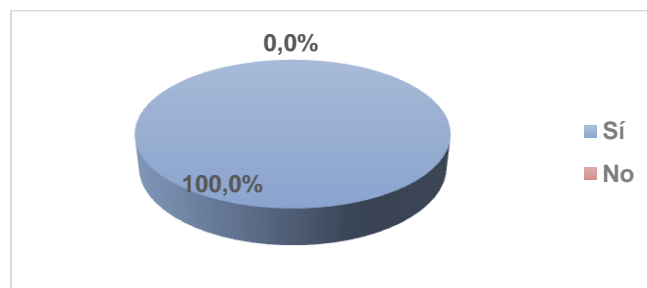


Figura 15. Oposición o no que ejerce la empresa en la pertenencia de los trabajadores a sindicatos, movimientos o grupos sociales.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Como se puede apreciar, la gerencia de Bettos Factory no ejerce oposición alguna sobre la pertenencia de los empleados a las organizaciones sindicales y grupos sociales de su preferencia, por lo que este aspecto no presente ningún tipo de problema.

Pregunta 7: ¿Ha sido usted víctima de algún tipo de trato discriminatorio por sus creencias religiosas, raza, condición social, preferencia social o algún otro elemento?

Para esta interrogante, el 100% de los encuestados estuvo de acuerdo con que los mismos no han recibido ningún tipo de abuso o trato discriminatorio en cuanto a sus creencias religiosas, raza, preferencia social o alguna otra manifestación negativa.

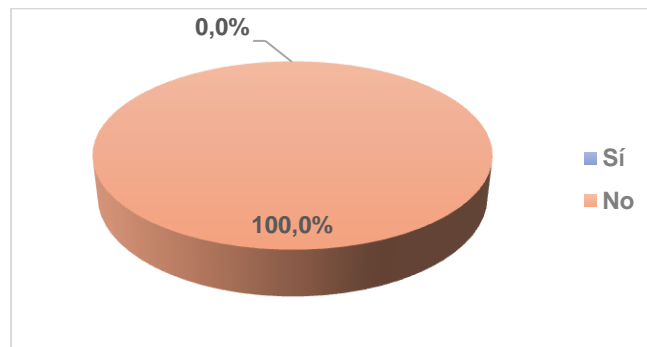


Figura 16. Recibimientos o no de tratos discriminatorios.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Como es evidente, en Bettos Factory no ha existido ni existe alguna manifestación discriminatoria ni denigrante hacia su talento humano, de manera que se cumplen los principios básicos de los derechos humanos y laborales referentes a la aceptación de las personas y su derecho a contar con un trabajo digno con independencia de su condición social, sexual, racial y otros elementos relacionados.

Pregunta 8: ¿Posee la empresa algún proyecto de contratación especial para personas con discapacidades físico-mentales?

El 60% de los encuestados estuvo de acuerdo con que la empresa no tiene establecido algún programa o proyecto para contratar personas que presenten discapacidades físico-motoras o mentales. Por otra parte, el 40% expresó que no conoce sobre el tema.

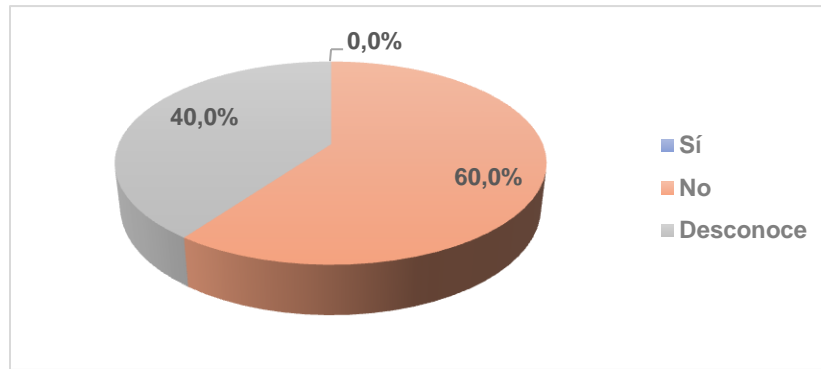


Figura 17. Establecimiento de programas de contratación especial para personas discapacitadas.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Aunque en Bettos Factory no existe discriminación alguna sobre los posibles candidatos a ocupar alguna plaza vacante en la organización, la empresa no tiene concebido ningún programa o proyecto prioritario para personas que presenten algún tipo de discapacidad, al constituir este elemento el criterio general.

Pregunta 9: ¿Establece la organización procedimientos óptimos para enfrentar situaciones de acoso sexual o algún otro acto denigrante?

Tal como se muestra en la figura 18, el criterio mayoritario de los encuestados (16%) es que no existe un procedimiento establecido por parte de la organización para enfrentar situaciones de acoso sexual o algún otro acto denigrante. El 28% expresó que no conoce sobre la existencia un procedimiento con estas características, mientras que, en menor cuantía, el 8% afirmó que existe tal política.

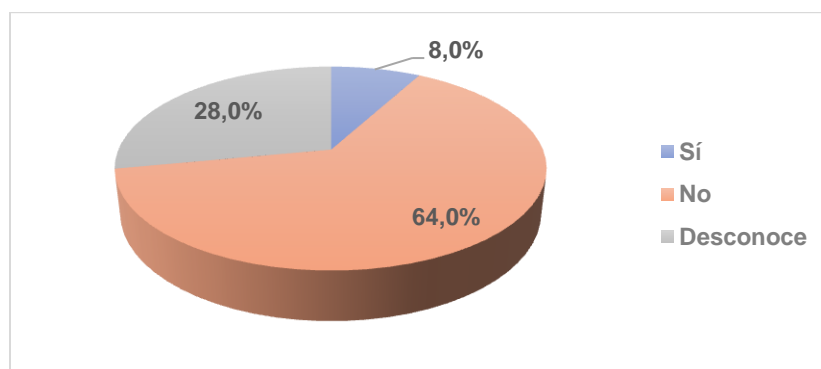


Figura 18. Establecimiento de procedimientos para enfrentar actos denigrantes.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

A pesar de que dos de los encuestados estuvo de acuerdo con que existe algún tipo de procedimiento para enfrentar situaciones de acoso sexual o algún otro acto denigrante, una vez analizada exhaustivamente dicha cuestión, se pudo determinar que en realidad dicho documento no existe, tal como expresó la amplia mayoría de los encuestados. Sin embargo, se reconoce que han sido realizadas ciertas charlas informales donde se aborda este importante tema, razón por la cual surge esta ligera divergencia de criterios.

Pregunta 10: ¿Se ha establecido un programa de recompensas y estimulación por su contribución en la consecución de los objetivos y metas organizacionales?

Para esta pregunta, el criterio predominante en su totalidad (100%) es que en la organización objeto de estudio ha sido establecido un programa de recompensas y estimulación para los empleados.

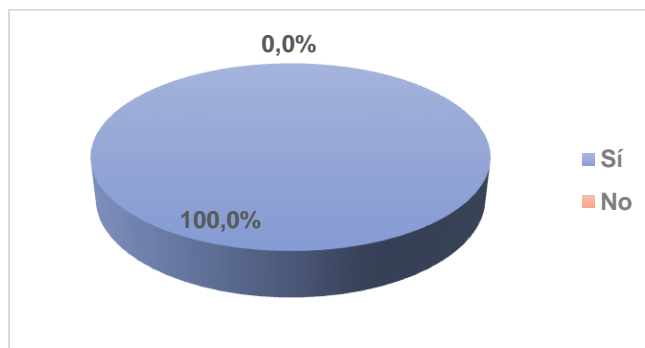


Figura 19. Establecimiento y aplicación de sistema de recompensas y estimulación.
Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

En este caso, hubo consenso general del talento humano de la empresa Bettos Factory en cuanto al establecimiento y aplicación de un sistema remunerativo y compensatorio sobre la base de la incidencia de cada trabajador en el cumplimiento de los objetivos y las metas organizacionales, aspecto que se considera como altamente positivo.

Pregunta 11: ¿Existe algún tipo de programa de capacitación profesional?

En esta interrogante, existe prácticamente una división de criterios, ya que el 52% de los encuestados expresó que no existe un programa o plan de capacitación, mientras que el 48% apuntó que sí existe dicho programa.

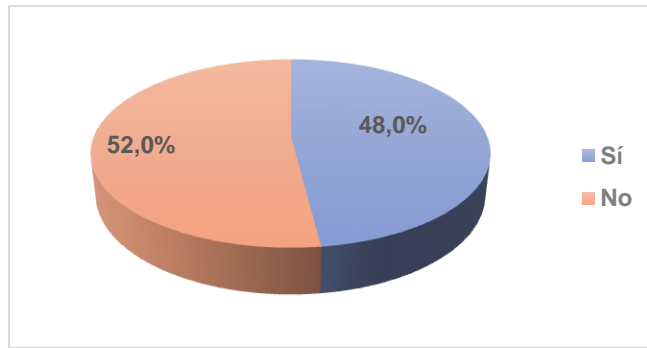


Figura 20. Existencia de un programa de capacitación en la empresa.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Es evidente la división de criterios referentes a la capacitación del talento humano; sin embargo, se pudo constatar en la práctica que no existe un programa formalmente establecido para este propósito en Bettos Factory, aunque algunos empleados han recibido cursos de superación profesional, sobre todo cuando una situación puntual requiere de la adquisición de nuevo conocimiento.

Pregunta 12: ¿Posee la empresa algún programa de salud inclusivo tanto para los empleados como para sus familiares?

Tal como se muestra en la figura 21, el 100% de los empleados expresó que la organización no posee programas de salud para empleados o sus familiares.

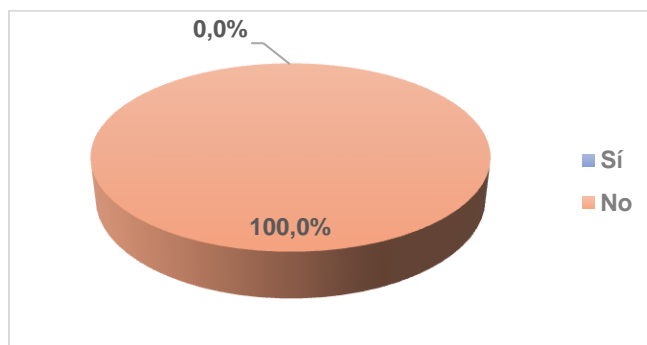


Figura 21. Existencia de programa de salud para empleados y familiares.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Hasta el momento, en Bettos Factory no ha sido aplicado en la empresa ni un plan beneficiario de salud para los trabajadores o sus familiares, de manera tal que, en cuestiones de responsabilidad social empresarial, resulta un tema bastante preocupante.

Pregunta 13: ¿Posee la empresa algún programa de asistencia educativa para los hijos de sus empleados?

Contrario al resultado anterior, el 100% de los encuestados expresó que la organización sí posee y aplica programas de asistencia educativa para los hijos de los empleados.

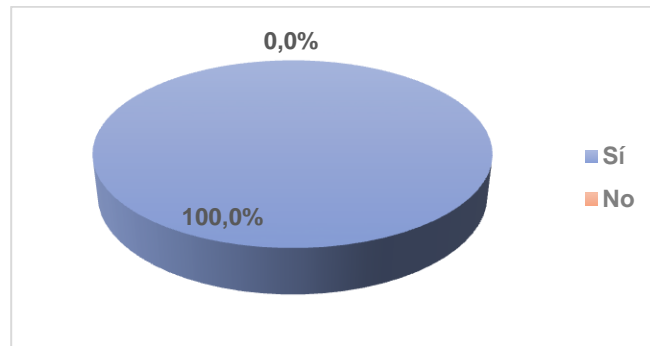


Figura 22. Existencia de programa de asistencia educativa para los hijos de los empleados.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

La empresa Bettos Factory cuenta y aplica un programa beneficiario de asistencia educacional para los hijos de los trabajadores pertenecientes a la organización, asegurándoles a los mismos los materiales de estudios básicos necesarios para desarrollar sus actividades escolares, por lo que establece un presupuesto en este sentido y se actualiza al comienzo de cada periodo educativo.

Pregunta 14: ¿Cómo usted considera que es la relación establecida entre la empresa y sus proveedores?

Para esta cuestión, el 52% de los encuestados sostuvo que las relaciones establecidas entre la organización y sus proveedores son excelentes; asimismo, el 32% expresó que dichas relaciones son buenas. Por otra parte, los criterios minoritarios corresponden a un 12% que señaló que las relaciones empresa-proveedores son regulares, y apenas el 4% contestó que estas relaciones son deficientes.

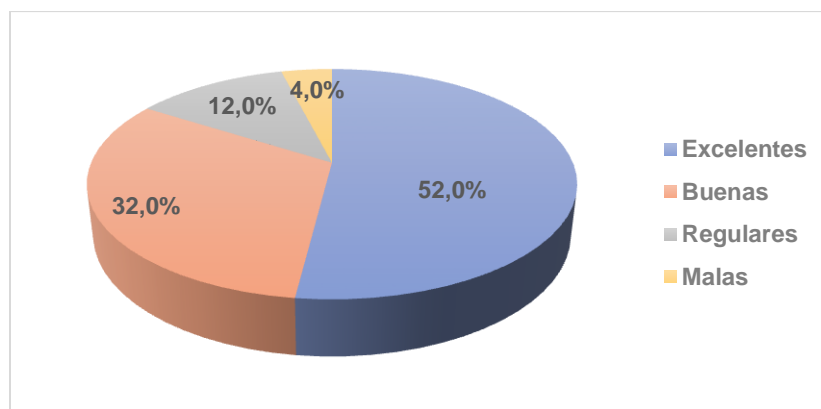


Figura 23. Relaciones establecidas entre la empresa y sus proveedores.
Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Las relaciones establecidas entre la empresa Bettos Factory y sus proveedores han sido consideradas por la amplia mayoría de sus empleados como efectivas, lo cual posibilita la optimización del costo material, mayor calidad de los insumos y cumplimiento efectivo de los plazos de entrega correspondientes.

Pregunta 15: ¿Cómo usted considera que es la relación establecida entre la empresa y sus clientes?

El 60% de los encuestados correspondiente a 15 empleados, manifestó que las relaciones establecidas entre la empresa y sus clientes son excelentes. En ese mismo sentido, el 32% expresó que dichas relaciones son buenas. Para el caso contrario, un 8% apuntó que las relaciones empresa-cliente son regulares, y no se declaró ningún resultado donde se considerara que estas relaciones son malas o deficientes.

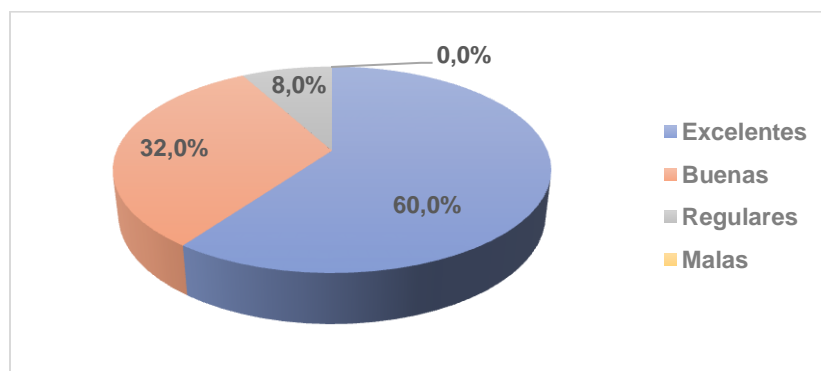


Figura 24. Relaciones establecidas entre la empresa y sus clientes.
Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Las relaciones establecidas entre la empresa Bettos Factory y sus clientes son consideradas como satisfactorias, de manera que la organización ha alcanzado un alto prestigio en su ámbito de negocios, fidelizando así sus clientes actuales y captando nuevos consumidores y, por ende, se ha alcanzado mayores beneficios económicos e inestimables ventajas competitivas.

Pregunta 16: ¿Son identificadas y atendidas las necesidades y requisitos de los clientes de la empresa?

La mayoría de los encuestados (92%) consideró que las necesidades de los clientes son identificadas y atendidas, mientras que el 8% sostuvo el efecto contrario.

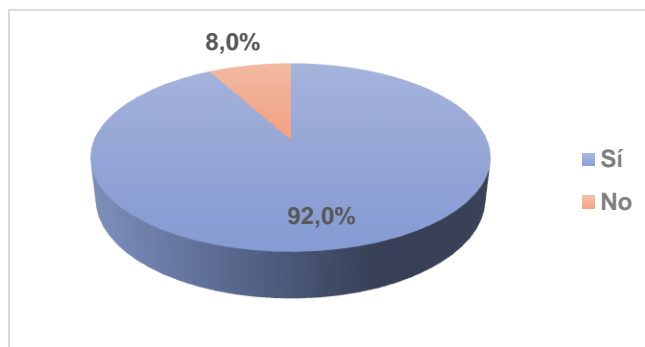


Figura 25. Identificación y atención de las necesidades y requisitos de los clientes.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

En el análisis de esta cuestión, se puede afirmar que existe en Betto Factory una preocupación generalizada por conocer y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de la organización, lo que se considera como una actitud positiva y justificativa de los recientes resultados obtenidos por la empresa en dicho sentido.

Pregunta 17: ¿Conoce usted sobre el impacto ambiental ocasionado por el proceso productivo que se desarrolla en su empresa?

Para esta interrogante, la mayoría de los encuestados (48%) afirmó que apenas conoce sobre el impacto ambiental ocasionado por el proceso productivo de la organización, mientras que el 36% se manifestó en que no tiene conocimiento sobre dicho aspecto. El resto (4%) expresó que sí conoce sobre las cuestiones del impacto ambiental generado por su empresa.

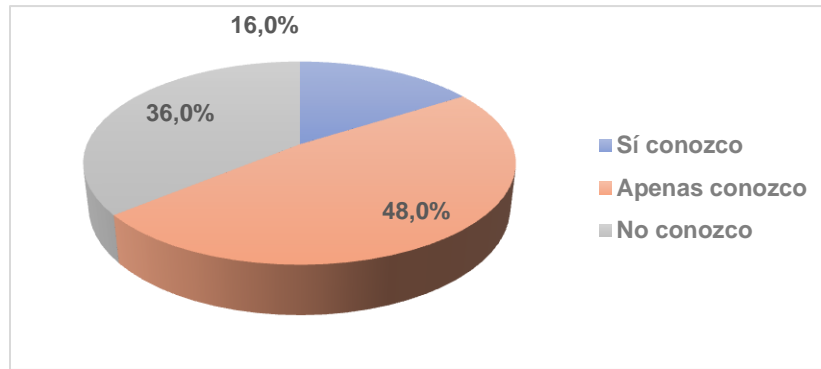


Figura 26. Conocimiento sobre el impacto ambiental ocasionado por la organización.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

El conocimiento sobre el impacto ambiental ocasionado por el proceso productivo que transcurre en Bettos Factory, resulta prácticamente exiguo o nulo, por lo que se requiere de un conjunto de acciones o estrategias que puedan contrarrestar los posibles efectos nocivos al medio ambiente originados por la organización objeto de estudio.

Pregunta 18: ¿Realiza usted sus funciones laborales sobre la base de optimización de consumo energético, material y la gestión residual?

El 92% de los encuestados concordó que sus actividades profesionales son ejecutadas considerando la optimización de consumo eléctrico, material, así como el tratamiento a los residuos, constituyendo el 8% aquellos que plantearon lo contrario.

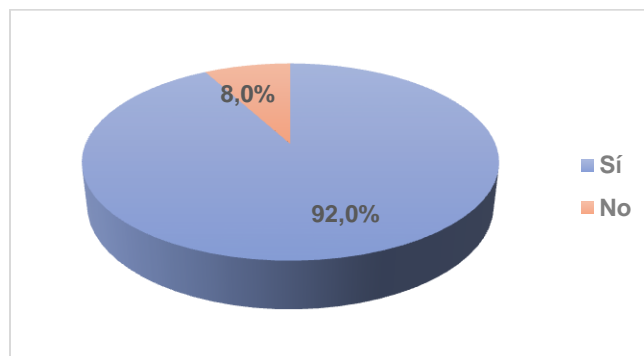


Figura 27. Ejecución de las funciones profesionales considerando factores materiales, energéticos y residuales.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

En correspondencia con la pregunta analizada previamente, a pesar de que los empleados prácticamente no conocen sobre los efectos de la contaminación ambiental del proceso

productivo de Bettos Factory, los mismos trabajan sobre la base de optimización de los recursos materiales, energéticos, así como realizan ciertas acciones de reciclaje de elementos residuales resultantes del proceso productivo.

Pregunta 19: ¿Conoce usted si su empresa promueve programas comunitarios para el mejoramiento de la sociedad?

Para este caso, el 72% expresó que sí conoce sobre programas comunitarios en lo que la empresa participa para mejorar aspectos sociales, mientras que el 28% planteó que no tiene conocimiento sobre dicha temática.

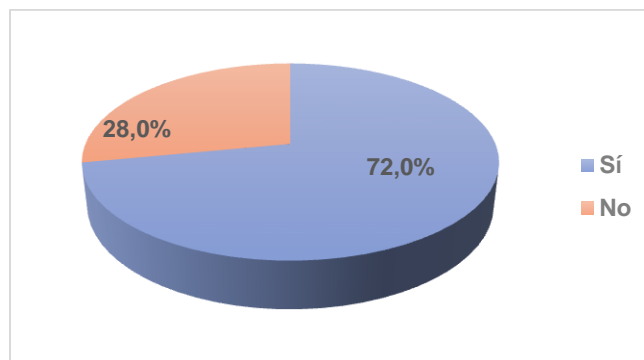


Figura 28. Conocimiento de la promoción de programas comunitarios por parte de la empresa.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

Una buena parte de los empleados sostiene que tienen conocimiento de que la empresa Bettos Factory participa o promueve programas comunitarios en beneficio de la sociedad. Dichos programas, están asociados a la organización de actividades recreativas, saneamiento de calles y ligeros aportes a centros educativos y de salud.

5.1. Análisis de los resultados derivados del cuestionario.

Sintetizando la información obtenida a partir de la aplicación del cuestionario, se puede afirmar que en la empresa Bettos Factory no se realiza la gestión organizacional según la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial, evidenciado en las disímiles falencias que se han identificado al respecto, a pesar de que se dicha entidad cuenta con ciertas ventajas que le posibilitaría gestionar administrativamente de acuerdo con los preceptos de RSE.

Dentro de los problemas más importantes, se pudo determinar que en la empresa no existe prácticamente un conocimiento sobre lo que significa Responsabilidad Social Empresarial como

modelo de gestión efectivo para las organizaciones, aun cuando se reconoce que la filosofía produce cuantiosos beneficios tanto para la organización como para sus grupos de interés.

También sucede que, aunque en Bettos Factory se han definido principios y valores formalmente, los mismos no son asumidos por muchos trabajadores como parte fundamental de la ejecución de sus funciones profesionales cotidianas, al no existir una claridad del significado de dichos principios y valores y su poca divulgación dentro y fuera de la organización sobre este tema y la responsabilidad social empresarial en general.

Asimismo, dentro de las cuestiones que involucran directamente al talento humano miembro de la organización, sucede que las ideas de los empleados no son consideradas para analizar y concebir objetivos y planes de acción estratégicos, lo que puede provocar distenciones entre la directiva de la organización y sus trabajadores, aspecto fundamental a tener en cuenta en el ámbito de la RSE. Tampoco existen programas de capacitación, no solo de las actividades laborales que los empleados desarrollan, sino también en cuestiones de RSE.

En cuanto a los aspectos concernientes a los derechos humanos, se puede decir que la empresa cumple cabalmente en este sentido, al no discriminar a sus empleados u otras personas aspirantes a ser parte de la organización, según sean sus preferencias sexuales, prácticas religiosas y grupos o movimientos sociales. Sin embargo, no se han establecido programas formales concebidos de acuerdo con una filosofía de responsabilidad social, que involucran la contratación de personas discapacitadas, procedimientos legales para enfrentar actos denigrantes, programas de salud, señalándose que, en este sentido, existe un programa de asistencia educativa para los hijos de los empleados.

Desde el punto de vista de clientes y proveedores, la empresa no presenta mayores dificultades en cuanto a la RSE, ya que considera y analiza los requerimientos y expectativas de ambos grupos de interés, estableciendo relaciones óptimas y duraderas con los mismos. Sin embargo, tal como se ha señalado previamente, se pudo conocer que son muy pocos los que conocen las acciones sobre RSE que realiza la organización, determinado dicho aspecto por la poca divulgación del tema.

Otra falencia importante se refiere al desconocimiento que se tiene en Bettos Factory en asuntos de impacto y contaminación medioambiental que podría provocar el proceso productivo que se realiza en la organización, aunque implícitamente los trabajadores ejecutan sus funciones laborales optimizando los recursos empleados.

Desde el punto de vista de la comunidad, la empresa se ha implicado en ciertos programas sociales que favorecen el desarrollo social, aunque hay que agregar que dichos proyectos no son reconocidos por la generalidad de su talento humano, así como por los demás grupos de interés.

Atendiendo a las mencionadas falencias, se propone entonces un conjunto de estrategias que posibiliten el accionar de la empresa Bettos Factory según los principios de Responsabilidad Social Empresarial, en correspondencia con los requisitos establecidos en la norma ISO:26000.

CAPÍTULO 6. ESTRATEGIA DE RSE MEDIANTE LA NORMA ISO 26000: 2010.

6.1. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Betto Factory.

6.1.1. Generalidades.

Bajo la fuerte influencia del aumento de la competencia, la globalización, las comunicaciones y las tecnologías de la información, las empresas que intentan mantener sus posiciones en el mercado y mantener un crecimiento sostenible se inclinan cada vez más por aplicar actividades y prácticas de responsabilidad social empresarial. Es por ello que resulta trascendental definir estrategias que promuevan en las empresas su gestión empresarial mediante la práctica de esta filosofía de gestión tan importante como novedosa.

En este sentido, los problemas identificados en la empresa Bettos Factory, provocan que dicha organización no presente una ventaja competitiva apreciable, de modo que ha perdido preferencia entre los clientes que demandan sus productos y/o servicios, afectando a la vez, la proyección positiva de su imagen corporativa frente a la comunidad circundante.

Entonces, se proponen estrategias de RSE para la empresa Bettos Factory, las cuales estarán diseñadas en correspondencia con las perspectivas fundamentales que menciona la norma ISO 26000, considerando para ello los requerimientos del talento humano miembro de la organización, proveedores, clientes, comunidad y medioambiente.

Estas estrategias dotarán a la empresa en cuestión contar con un grupo de acciones que posibilitarán asumir la gestión organizacional desde un punto de vista socialmente responsable, proporcionándole múltiples beneficios económicos al reducir costos, aumentar la productividad, las ganancias, mejorar la imagen corporativa y su reputación, satisfaciendo así disímiles necesidades de los empleados, consumidores y proveedores, además de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y el medioambiente.

6.1.2. Objetivo General de las estrategias de RSE.

Promover el comportamiento y el accionar de la empresa Bettos Factory desde una óptica socialmente responsable, obteniéndose beneficios no solo de índole económicos, sino además que sean favorecidos los diferentes grupos de interés que interactúan con la organización.

6.1.3. Objetivos específicos de las estrategias de RSE.

- ✓ Adquisición de los conocimientos necesarios sobre cuestiones de RSE para todos los miembros de la organización.

- ✓ Creación de proyectos o programas en beneficio de los trabajadores de la empresa y sus familiares.
- ✓ Generación de programas de gestión medioambiental.
- ✓ Impulso de proyectos que contribuyan al desarrollo social y comunitario.

6.1.4. Estrategia referente al talento humano.

Para el desarrollo de esta estrategia, se considerarán los elementos expuestos mediante la figura que se expone a continuación.



Figura 29. Estrategia referente al talento humano.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

- **Capacitación al talento humano.**

Se deberán establecer programas de capacitación del personal en correspondencia con las necesidades de conocimiento tanto de directivos como de empleados. Estos planes de capacitación, abarcarían no solo temáticas relacionadas con funciones profesionales específicas, sino también en temas referentes a la RSE. La capacitación debe ser impartida a lo largo de un periodo determinado (un año), para así mantener este proceso activo.

Entonces, los temas a abordar podrían estar relacionados a:

- ✓ Mejoramiento de procesos productivos y/o servicios.
- ✓ Técnicas de negociación (enfocadas al desarrollo de relaciones con clientes, proveedores y otros grupos de interés)
- ✓ Gestión medioambiental.
- ✓ Desarrollo sostenible.
- ✓ Leyes y principios de derechos humanos.

Las modalidades de capacitación a utilizar, se formularán de acuerdo con las posibilidades económicas de la empresa, sugiriéndose entre ellas un programa de coaching, como método de probada efectividad para potenciar las actitudes y aptitudes del talento humano con respecto al tema que se aborde en este sentido. También pudieran contratarse servicios de asesoría y entrenamiento, talleres, seminarios, entre otras variantes.

- **Estudio y mejoramiento del clima organizacional.**

Se deberá realizar un estudio del clima organizacional -considerando también las condiciones laborales- ya que el mismo constituye un elemento decisivo para lograr niveles de satisfacción y motivación óptimos en el talento humano y, en consecuencia, se podrán obtener mayores niveles de rendimiento y productividad. Además, un ambiente laboral adecuado genera sentido de pertenencia de los empleados para con la empresa, por lo que sus posteriores acciones derivarían un alto nivel de responsabilidad.

- **Programas de beneficio familiar.**

Se elaborarán programas formales que incluyan y aporten valor para los familiares de los empleados, tales como: programas de salud, actividades recreativas en fines de semana, y capacitaciones de orientación hacia comportamientos morales y éticos, cuidado del medio ambiente, entre otros temas de interés.

- **Inclusión del talento humano en el proceso de toma de decisiones.**

Se realizarán reuniones periódicas donde se debatirá acerca del cumplimiento de los objetivos estratégicos y metas organizacionales, de manera que los empleados cuenten con un espacio para exponer sus ideas y criterios sobre los temas expuestos. Asimismo, se establecerán canales de comunicación internos para mejorar el proceso de interacción no solo entre los trabajadores y la alta dirección, sino también entre la organización y los proveedores y clientes.

- **Programas para la elevación de la calidad de vida del talento humano.**

En este aspecto, deberá considerarse establecer programas de salud relacionados con chequeos médicos periódicos, consultas estomatológicas (limpiezas dentales, tratamiento de caries, reconstrucciones molares), capacitación sobre los correctos hábitos alimenticios, entre otras cuestiones. También, se realizarán estudios ergonómicos, riesgos laborales, economía de movimientos, para así evitar lesiones y accidentes vinculados a la profesión. Asimismo, deberá

ser respetado en todo momento el horario laboral, de manera que no los empleados no sufran de fatiga y estrés físico o mental.

6.1.5. Estrategia referente a proveedores.

Aun cuando las relaciones entre los proveedores y la empresa se encuentran en un nivel adecuado, se considera establecer un grupo de estrategias respecto a los mismos, para de esta manera, fidelizar el servicio y los productos recibidos a través de la acción de dichos consignatarios.

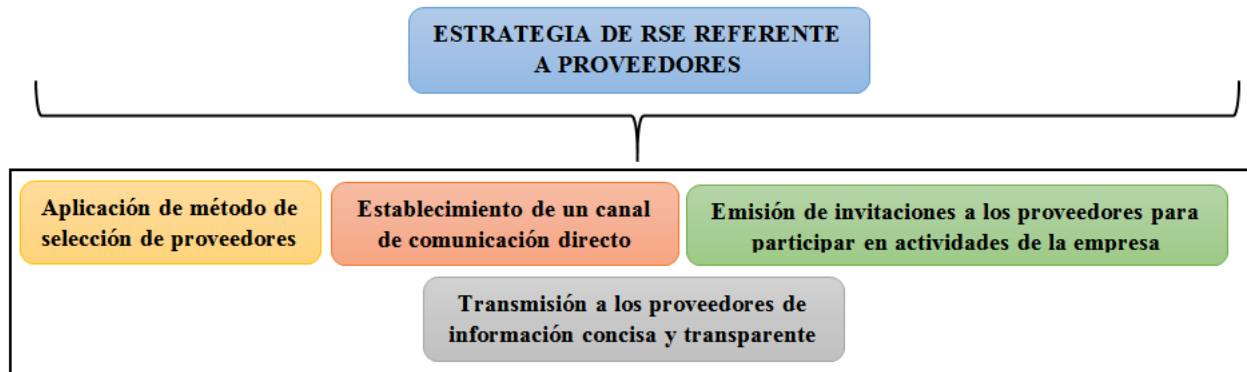


Figura 30. Estrategia referente a los proveedores.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

- **Aplicación de método de selección de proveedores.**

Se conceptualizará una metodología para seleccionar adecuadamente los proveedores de la organización, no solo como una forma de mejoramiento de la cadena logística, sino también como una acción de responsabilidad de la empresa para con sus trabajadores y clientes. Para ello, se deben identificar y ponderar varios criterios relevantes –de ahí su denominación de método multicriterio–, lo que posibilita que dicho proceso sea ejecutado de manera efectiva y se obtengan los resultados esperados. También se valorarán aspectos cualitativos de dichos proveedores respecto a sus niveles de comportamiento y responsabilidad social.

- **Establecimiento de un canal de comunicación directo.**

Se establecerá un canal de comunicación directo entre la empresa y sus principales proveedores, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) o visitas periódicas a establecimientos de los mismos, con la intención de intercambiar información útil para ambos. Además, este canal comunicacional también propiciaría la negociación de puntos fundamentales para la organización referentes a precio de la materia prima, cantidad, calidad y plazos de entrega.

- **Transmisión a los proveedores de información concisa y transparente.**

Se elaborará un informe dirigido a los proveedores con contenido sobre aspectos relevantes para ambas partes interesadas. Dicha información debe ser puntual y transparente, sin alteraciones en los datos ofrecidos y de fácil entendimiento. En este aspecto, deberá considerarse la oportuna entrega de información de manera inmediata a los proveedores acerca de decisiones tomadas por la dirección de la empresa sobre cambios que podrían alterar sus relaciones para con la organización.

- **Emisión de invitaciones a los proveedores para participar en actividades de la empresa.**

En períodos festivos en los que se decida celebrar algún acontecimiento –navidad, aniversario de la empresa u otros-, se podrá otorgar invitaciones de participación para dichos eventos a aquellos proveedores que hayan mantenido un comportamiento adecuado, cumpliendo consecuentemente con los parámetros contractuales establecidos previamente, lo que constituye una vía efectiva para estrechar lazos confiables y responsables entre las partes intervinientes.

6.1.6. Estrategia referente a clientes.

Análogamente a la estrategia anterior y a pesar de las buenas relaciones establecidas entre los clientes y la organización, se debe concebir una estrategia para fortalecer las mismas, de tal manera que se actúe según los principios que promulga la RSE.



Figura 31. Estrategia referente a los clientes.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

- **Mejoramiento de la prestación de servicios al cliente.**

Se deberá mejorar la prestación de servicios al cliente, materializando para ello acciones efectivas. En este sentido, se le ofrecerá al consumidor la posibilidad de cuenta con un método práctico para exponer sus criterios y reclamos en cuanto a sus necesidades, expectativas e intereses, para así atender oportunamente las quejas suscitadas y mejorar el nivel de servicio. También se educará al talento humano sobre cuestiones de generación de empatía, respeto hacia los clientes y transparencia en el proceso de negociación que se suscita con los mismos.

- **Habilitación de canales para la comunicación con los clientes.**

La organización deberá estar disponible en todo momento para responder a las inquietudes informativas de los clientes, para lo que deberá facilitar la habilitación de un canal comunicacional directo, operado por empleados que posean un profundo conocimiento sobre las características de los productos o servicios que la empresa oferta, así como un conjunto de competencias referentes a las relaciones interpersonales, negociación, generación de confianza, entre otras.

- **Aplicación de método para la identificación de los clientes más fieles.**

Asimismo, se deberá establecer y aplicar un método que posibilite la identificación de los clientes más fieles, atendiendo a aspectos tales como: frecuencia de compra, monto monetario de la compra realizada, cantidad de clientes actuales a partir de referencias del cliente en cuestión, entre otros aspectos a considerar. Una vez identificados dichos clientes fieles, se diseñarán modalidades que incentiven a los mismos hacia una mayor fidelización para con la

organización, que pudieran ser facilidades de pago, promociones y descuentos especiales, invitaciones a actividades recreativas y culturales promulgadas por la empresa, entre otras.

- **Aplicación periódica de encuestas de satisfacción del cliente.**

La aplicación de encuestas de satisfacción del cliente es un aspecto relevante que marca el futuro de cualquier organización, por lo que la empresa deberá aplicar un cuestionario periódicamente, de manera que se pueda tener un conocimiento profundo sobre la percepción que tienen los clientes sobre los productos y/o servicios ofrecidos por la entidad. A través de la tabulación de dichos resultados, se tomarán medidas que favorezcan al aumento de la satisfacción de los clientes, aplicándose lo más inmediatamente posible.

- **Potenciar el uso de las redes sociales como medio de intercambio empresa-cliente.**

Una de las modalidades más modernas como medio relacional entre las organizaciones y sus clientes más usuales hoy en día, resultan las redes sociales e Internet, debido a su facilidad de uso, bajo costo con respecto a medios tradicionales y la proliferación del uso de dichos medios por la inmensa mayoría de la población. Es por ello que Bettos Factory deberá insertarse en la utilización de estos medios de manera efectiva, ejecutando acciones referentes a: apertura de cuentas en redes sociales conocidas (Facebook, Instagram, Twitter, entre otras); creación de página web de la empresa; creación de blogs y chats interactivos, entre otras.

6.1.7. Estrategia referente a la comunidad.

La estrategia de RSE desde un enfoque comunitario, está compuesta por las actividades que se describen a continuación.



Figura 32. Estrategia referente a la comunidad.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

- **Elaboración de proyectos para el mejoramiento de la comunidad.**

En este sentido, la organización elaborará proyectos para el beneficio de la comunidad, referentes a una acción social sistemática que incluye un arduo aporte y trabajo social. Estos beneficios pueden ser de carácter alimenticio (mediante el aporte de alimentos nutricionales), participación de directivos y trabajadores en construcciones de índole social (centros educativos, hospitalarios u de otro tipo) y movilizaciones inmediatas en caso de desastres naturales y fenómenos meteorológicos que afecten a la comunidad.

- **Establecimiento de alianzas con ONGs de acción social.**

Se establecerán alianzas estratégicas con organizaciones sin fines de lucro de alto prestigio y reconocimiento en el ámbito de la responsabilidad social, para ejecutar acciones conjuntas que promuevan el desarrollo y sostenibilidad de la comunidad. Además, se considerará realizar donaciones materiales y monetarias a dichas entidades para ser empleadas en causas sociales, aunque se debe establecer un control preciso sobre el fin del uso de dichos aportes.

- **Planificación de actividades recreativas para la comunidad.**

La empresa planificará actividades recreativas y culturales que impliquen la participación activa de la comunidad, con una periodicidad trimestral. Estas actividades consistirán en concursos, sorteos, organización de conmemoraciones de eventos históricos locales de relevancia social, y celebraciones específicas para el adulto mayor.

- **Patrocinio de programas de capacitación para la comunidad.**

Se deberán patrocinar -en conjunto con organizaciones especializadas al respecto- programas de capacitación para los diferentes grupos y estratos sociales que conforman la comunidad. Dichos proyectos de capacitación serían orientados fundamentalmente hacia las madres jóvenes, adulto mayor y jóvenes con problemas de adicción a las drogas o alcoholismo. La modalidad de capacitación deberá ser atractiva para el público objetivo, por lo que consistirá en charlas, cursos de corta duración, actividades prácticas, entre otros. Asimismo, el contenido de los cursos estará relacionados con: comportamiento social, hábitos de conducta, emprendimiento y otros de carácter técnico (corte y costura, computación, contabilidad básica, ecología) entre otros de interés para los mencionados grupos sociales.

6.1.8. Estrategia referente al medioambiente.

La estrategia de responsabilidad social referente al medioambiente, está compuesta por un grupo de actividades que básicamente promueven la concientización sobre la protección del medio ambiente, tal como se expone seguidamente.

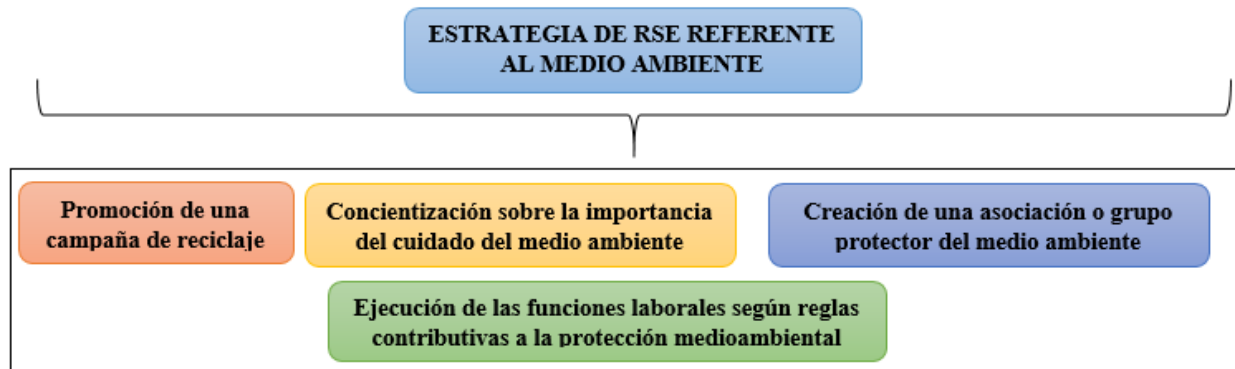


Figura 33. Estrategia referente al medio ambiente.

Elaborado por: Vera Cárdenas, Gina Cecilia.

- **Promoción de una campaña de reciclaje.**

La empresa organizará y promoverá una campaña a favor del reciclaje de materiales, como forma de evitar la proliferación de la contaminación medioambiental. Para ello, se deberán ejecutar disímiles acciones, tales como: establecimiento de puntos de reciclaje, clasificando el tipo de material (plástico, vidrio o papel); efectuar conversaciones sobre la importancia que reviste el reciclaje material; reutilización de recursos desechables, tales como hojas de papel, bolígrafos, entre otros.

- **Concientización sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.**

Como parte de las acciones comunicacionales de la empresa, se deberá crear conciencia acerca de la importancia que reviste el cuidado del medio ambiente y sus beneficios, así como las consecuencias negativas del efecto invernadero y el calentamiento global. Esta actividad será desarrollada a través de la creación de publicidad al respecto, ya sea física (vallas publicitarias, gigantografías, volantes) o mediante el uso de las redes sociales e Internet (inclusión de cuestiones de carácter medioambiental en el diseño de la página web de la empresa, así como en las diferentes cuentas en Facebook, Twitter e Instagram).

- **Ejecución de las funciones laborales según reglas contributivas a la protección medioambiental.**

La organización establecerá como parte de las funciones laborales del talento humano, pautas y reglas que contribuyan a la protección del medio ambiente y minimización del efecto de los agentes contaminantes en el área de trabajo, tales como: utilización racional de los recursos naturales, uso de baterías recargables, en detrimento de las desechables; desconexión de equipos eléctricos (computadoras, impresoras, faxes) en momentos ociosos; uso de fuentes energéticas ahorradoras, prescindir, en la medida de lo posible, el uso de productos aerosoles o de nulas propiedades biodegradables. Estas reglas, aunque parecen simples, su aplicación provoca innumerables beneficios para la organización y el medio ambiente.

- **Creación de una asociación o grupo protector del medio ambiente.**

Se creará un grupo o asociación con carácter voluntario, cuya misión será cumplir con las acciones establecidas para asegurar la protección del medio ambiente, dentro de las que se incluye la reforestación. Este grupo también será responsable de la promoción de la gestión medioambiental, tanto para la organización como para la comunidad.

CONCLUSIONES

Después del desarrollo de los capítulos previos, se exponen las conclusiones de la presente investigación:

1. Se realizó una revisión bibliográfica sobre las diferentes perspectivas teóricas que resultaron especialmente notables sobre aspectos de Responsabilidad Social Empresarial, modelos y perspectivas, así como la norma ISO 26000 como guía para establecer un modelo de RSE en las organizaciones.
2. Asimismo, se caracterizó la empresa Betto Factory, organización que se dedica a la fabricación y comercialización de ropa de diferentes marcas para los diferentes segmentos de mercado identificados, determinándose que esta entidad presenta fortalezas que le conceden ciertas ventajas competitivas en su ámbito de negocios.
3. Sin embargo, a través de la aplicación de una encuesta como instrumento de investigación, se pudo observar que Betto Factory no desarrolla su gestión administrativa bajo los preceptos de Responsabilidad Social Empresarial, evidenciado por falencias detectadas referentes al escaso conocimiento que se tiene sobre cuestiones de RSE en general, falta de capacitación del talento humano en dicha temática, inexistencia de programas de desarrollo sostenible en beneficio propio, la comunidad y el medio ambiente, entre otras ya abordadas.
4. Para eliminar o minimizar las consecuencias negativas asociadas a los problemas antes citados, se elaboró un conjunto de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, basadas en los requisitos establecidos por la norma ISO 26000, las cuales contienen actividades en este sentido atendiendo a los diferentes grupos de interés para la organización objeto de estudio (talento humano miembro de la empresa, proveedores, clientes, comunidad y medio ambiente).

RECOMENDACIONES

1. Ejecutar de manera activa en la empresa Bettos Factory, las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial propuestas, para incentivar a la organización en este tipo de gestión, en vistas a alcanzar mayores ventajas competitivas y mejorar sus relaciones con los diferentes grupos de interés.
2. Realizar una auditoría formal sobre la ISO 26000, para determinar así con mayor precisión qué otros requisitos se necesitan para desarrollar en Bettos Factory la gestión organizacional fundamentada en la Responsabilidad Social Empresarial.
3. Alcanzar un mayor nivel de cooperación entre los diversos departamentos de Bettos Factory en términos de alcanzar objetivos y metas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial.
4. Asegurar la existencia de conocimientos y habilidades acerca de los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial para todo el talento humano miembro de la organización.
5. Fomentar por parte de la dirección de Bettos Factory la transparencia en las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, contraponiéndose terminantemente al uso de malas prácticas al respecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández León , R. A., & Coello González, S. (2011). *El proceso de investigación científica*. La Habana: Universitaria.
- Abad, F. (2014). *Dentro de 15 años. ¿Escenarios improbables?* Madrid: LID Editorial.
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Sexta ed.). Madrid: CIS.
- Araque, R., & Montero, M. (2006). *La Responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Astaburuaga, P., & Kaltwasser, F. (2012). *Responsabilidad social empresarial y marketing sustentable : análisis cualitativo a nivel de empresas en Chile*. Facultad de Economía y Negocios. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Bernal, C. (2007). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Sexta ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Berro, M., Romano, C., & Menéndez, W. (2013). *Participación ciudadana y Contraloría Social. Guía didáctica*. Montevideo: Intendencia de Cerro Largo.
- Caldas, M., & Lacalle, G. (2012). *La empresa como comunidad de personas (Recursos humanos y responsabilidad social corporativa)*. Barcelona: Editex.
- Camacho, I. (2007). La RSE y la Doctrina Social de la iglesia. *Revista de estudios sociales y de sociología aplicada*, 146.
- Casani, F. (2015). *La educación superior como dinamizadora de la Responsabilidad Social Empresarial: Un estudio comparado entre los futuros dirigentes empresariales en América Latina*. Madrid: Liber Factory.
- Cea, R. (2010). *La Responsabilidad Social Corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

- CERES. (7 de Enero de 2016). *Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social*. (Kruger Corporation) Recuperado el 24 de Enero de 2017, de CERES: <http://www.redceres.com>
- Cueto, C. (2015). *Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las grandes ciudades de España*. Alicante: Area de Innovación y Desarrollo.
- de la Cuesta, M., de la Cruz, C., & Rodríguez, J. (2010). *Responsabilidad social universitaria* (Segunda ed.). La Coruña: Netbiblo.
- EKOS. (28 de Junio de 2014). *EKOS*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2016, de Revista EKOS: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=525>
- Espinoza, J. (2013). *Determinación del conocimiento de Responsabilidad Social de los empleados de Reybanpac para la elaboración de un plan de difusión por medios BTL*. Facultad de Comunicación Social. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Feher, K., Gérman, K., & González, J. (2013). *Franquicias con impacto social*. México D.F.: LID Editorial.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Flores, J., Ogliastrri, E., Peinado-Vara, E., & Petry, I. (2007). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y El Caribe*. Washington: INCAE. Obtenido de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1337282>
- Friedman, M. (13 de Septiembre de 1970). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, 1-7.
- Giraldo, J. (2006). *Manual para los seminarios de investigación en psicología: profundización conceptual y textual* (Sexta ed.). Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Guilbert, J. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial: Competividad y casos de buenas prácticas en Pymes*. San Sebastián: Universidad de Deusto.
- Heredia, N. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Hernández León, R. A., & Coello, S. (2007). *El proceso de investigación científica* (Sexta ed.). La Habana: Universitaria.

- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Batista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Icart, M., Fuentelzas, C., & Pulpón, A. (2007). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina* (Sexta ed.). Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- IRSE. (4 de Febrero de 2016). *Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador*. Recuperado el 21 de Enero de 2017, de IRSE: <http://www.irse-ec.org/>
- ISO. (2010). *ISO 26000:2010. Guía para la responsabilidad social*. Ginebra: AENOR.
- Jácome, M., & Viteri, J. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 92-100.
- Johnson, R., & Kubly, P. (2008). *Estadística Elemental: Lo Esencial* (Sexta ed.). Buenos Aires: Cengage Learning Editores.
- LLanos, J. (2008). *Cómo entrevistar para la selección de personal* (Sexta ed.). México D.F.: Editorial Pax México.
- Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Morán, C., Rodríguez, Torres, M., Aguilar, A., & Villarta, M. (2016). Stakeholders, Responsabilidad social en Ecuador. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, III(2), 21-30.
- Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México D.F.: Pearson Educación.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Peñarrieta, M. (2007). *Módulos de aprendizaje* (Sexta ed.). Tamaulipas: Plaza y Valdes.
- Pérez, M., Furió, E., & Sánchez, E. (2014). *Imágenes de España: país, empresas, cultura*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Rojas, R. (2005). *Investigación social: teoría y praxis* (Oncena ed.). México D.F.: Plaza y Valdes.

Rueda, J. (2008). *Un enfoque múltiple de la economía española: principios y valores: 175 opiniones de los principales investigadores de España*. Madrid: ECOBOOK.

Saavedra, I. (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. La Coruña: Netbiblo.

Sánchez Rivero, J. M., & Enrique Palomino, A. (2008). *OHSAS 18001: 2007. Interpretación, aplicación y equivalencias legales*. Madrid: Fundación Confemetal.

Sánchez, J. (2009). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.

Viteri, R. (2010). *Plataforma de Responsabilidad Social en Ecuador*. Quito: Sociedad Civi en Responsabilidad Social.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Bettos Factory.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial?

Tengo un amplio conocimiento ____

Tengo un aceptable conocimiento ____

Apenas tengo conocimiento ____

No conozco sobre RSE ____

2. ¿De qué manera son expresados los principios y valores éticos y morales en la empresa?

Los valores y principios no están definidos formalmente ____

Los valores y principios han sido definidos formalmente y forman parte de mis funciones profesionales ____

Los valores y principios han sido definidos formalmente, pero no forman parte de mis funciones profesionales ____

3. La declaración de principios y valores de la organización expresa:

Compromiso ético con los diferentes grupos de interés (proveedores, propietarios, empleados, clientes, sociedad y medio ambiente)

Sí ____

No ____

Contravención del uso de procedimientos ilegales para la consecución de beneficios económicos

Sí ____

No ____

Transparencia en la información suministrada a los diferentes grupos de interés

Sí ____

No ____

4. ¿De qué manera son analizados los objetivos estratégicos referentes a la RSE y posteriores planes de acción en la empresa?

Los objetivos estratégicos y planes de acción son analizados por la organización solamente a nivel directivo ____

Los objetivos estratégicos y planes de acción son analizados por la organización incluyendo a los empleados de menor nivel jerárquico ____

5. Respecto a la publicación y divulgación de las acciones de responsabilidad social, su empresa:

Publica y divulga sus acciones de RSE de forma frecuente ____

Publica y divulga sus acciones de RSE esporádicamente ____

No publica ni divulga sus acciones de RSE ____

6. ¿La empresa permite que usted se encuentre asociado a algún tipo de organización sindical, movimiento social u otro grupo o manifestación de su interés?

Sí ____

No ____

7. ¿Ha sido usted víctima de algún tipo de trato discriminatorio por sus creencias religiosas, raza, condición social, preferencia social o algún otro elemento?

Sí ____

No ____

8. ¿Posee la empresa algún proyecto de contratación especial para personas con discapacidades físico-mentales?

Sí ____

No ____

Desconoce ____

9. ¿Establece la organización procedimientos óptimos para enfrentar situaciones de acoso sexual o algún otro acto denigrante?

Sí ____

No ____

Desconoce ____

10. ¿Se ha establecido un programa de recompensas y estimulación por su contribución en la consecución de los objetivos y metas organizacionales?

Sí ____

No ____

11. ¿Existe algún tipo de programa de capacitación profesional?

Sí ____

No ____

12. ¿Posee la empresa algún programa de salud inclusivo tanto para los empleados como para sus familiares?

Sí ____

No ____

13. ¿Posee la empresa algún programa de asistencia educativa para los hijos de sus empleados?

Sí ____

No ____

14. ¿Cómo usted considera que es la relación establecida entre la empresa y sus proveedores?

Excelente ____

Buena ____

Regular ____

Mala ____

15. ¿Cómo usted considera que es la relación establecida entre la empresa y sus clientes?

Excelente ____

Buena ____

Regular ____

Mala ____

16. ¿Son identificadas y atendidas las necesidades y requisitos de los clientes de la empresa?

Sí ____

No ____

17. ¿Conoce usted sobre el impacto ambiental ocasionado por el proceso productivo que se desarrolla en su empresa?

Sí conozco ____

Apenas conozco ____

No conozco ____

18. ¿Realiza usted sus funciones laborales sobre la base de optimización de consumo energético, material y la gestión residual?

Si ____

No ____

19. ¿Conoce usted si su empresa promueve programas comunitarios para el mejoramiento de la sociedad?

Sí ____

No ____

Muchas gracias por su colaboración.