



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Percepción de empleados sobre prácticas de responsabilidad social empresarial RSE y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas de la provincia de Loja año 2016.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Bermeo Jaramillo, José Alejandro.

DIRECTOR: Sarango Lalangui, Paúl Oswaldo, Mgs.

LOJA - ECUADOR
2017



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>

2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Paúl Oswaldo Sarango Lalangui.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Percepción de empleados sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial RSE y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas de la Provincia de Loja periodo 2016 realizado por Bermeo Jaramillo José Alejandro, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se presenta la presentación del mismo.

Loja, noviembre de 2017

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Bermeo Jaramillo José Alejandro declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: Percepción de empleados sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial RSE y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas de la Provincia de Loja periodo 2016, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Mgs. Paúl Oswaldo Sarango Lalangui director 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"

f).....

Autor: José Alejandro Bermeo Jaramillo

Cedula: 1104976889

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis lo dedico a Dios por guiarme por el buen camino, dándome perseverancia y fuerzas para seguir adelante ante cualquier obstáculo de la vida.

A mi familia, especialmente a mis padres Marco y Raquel por el amor, cariño y por ayudarme en cada momento tanto en las buenas como en las malas sin desmayar en las adversidades, a mi querida hermana Paty que siempre confió en mí y me supo ayudar en cada momento incondicionalmente.

José Bermeo Jaramillo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme formarme como profesional, así mismo a mi director de tesis el Ingeniero Paul Sarango por guiarme acertadamente durante la ejecución de este proyecto y a la Ing. Verónica Armijos y a la Ec. Mónica Costa

De igual manera a todos mis compañeros de clases por formar parte importante en el proceso de la enseñanza, y a todos mis profesores por impartirme todos sus conocimientos teóricos y éticos.

José Bermeo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
LOJA - ECUADOR	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	5
EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)	5
1.1 Conceptualización de responsabilidad social empresarial (RSE)	6
1.1.1. Beneficios de la RSE.....	8
1.2. Evolución de la RSE.....	10
1.3. Enfoque de la RSE.....	15
1.4. Gobierno corporativo	17
1.5. Organismos internacionales encargados de la responsabilidad social empresarial	18
1.6. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.....	20
1.6.1. Dimensión interna	20
1.6.2. Dimensión externa	21
1.7. Grupos de interés	25
1.8. Comunicación de la responsabilidad social empresarial	28
1.9. Memorias de sostenibilidad	29
1.10. Percepción de la responsabilidad social empresarial	30
1.11. Desempeño organizacional	31
1.11.1. Medidas de desempeño organizacional	33
1.12. Marco legal en el Ecuador de la responsabilidad social.....	34
CAPÍTULO II	36
CARACTERIZACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE LOJA	36
2.1. Caracterización del tejido empresarial de la provincia de Loja.....	37
2.1.1. Características de la provincia de Loja.....	37
2.1.2. Diagnostico económico de la provincia de Loja.....	40

2.2. Estructura empresarial del Ecuador	41
2.3. Sectores productivos de la provincia de Loja.....	46
2.4. Cantidad de empleos que genera el tejido empresarial de la provincia de Loja.....	48
2.5. Diagnóstico del tejido empresarial de la provincia de Loja con respecto a la responsabilidad social empresarial	51
CAPÍTULO III	53
METODOLOGÍA	53
3.1. Metodología	54
3.2. Población.....	55
3.3. Muestra	56
3.4. Aplicación de encuestas	57
CAPÍTULO IV	58
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	58
4.1. Descripción de resultados	59
4.2. Análisis global de los resultados obtenidos	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	77
ANEXOS.....	83

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Evolución cronológica de la RSE	10
Tabla 2: Evolución de la RSE	12
Tabla 3: Evolución de la RSE	13
Tabla 4: Enfoques de RSE	15
Tabla 5: Enfoques de Responsabilidad Social Empresarial	16
Tabla 6: Organismos Internaciones la Responsabilidad Social Empresarial	19
Tabla 7: Grupos de interés según las dimensiones	22
Tabla 8: Grupos de interés según las dimensiones	26
Tabla 9: Aspectos clave para el diálogo con los grupos de interés.	27
Tabla 10: Características para el desempeño organizacional.	31
Tabla 11: Distribución de población.....	39
Tabla 12: Clasificación de las empresas	42
Tabla 13: Clasificación de las empresas en Ecuador	43
Tabla 14: Tamaño de empresa del sector comercial	47
Tabla 15: Número de empleados según el sector económico	49
Tabla 16: Empresas de la Provincia de Loja.....	57
Tabla 17: Sexo.....	88
Tabla 18: Edad	88
Tabla 19: Años de Labor	88
Tabla 20: Conocimientos de los empleados RSE	88
Tabla 21: Valores y transparencia empresarial.....	89
Tabla 22: Relación con los grupos de interés (stakeholders)	89
Tabla 23: Motivación para establecer prácticas de RSE en la empresa	89
Tabla 24: Resultados esperados al aplicar la RSE en la empresa	90
Tabla 25: Dificultades al aplicar la RSE en la empresa	91
Tabla 26: Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa.....	91
Tabla 27: Percepción del empleado frente a las prácticas de RSE en la empresa.....	92
Tabla 28: Compromiso de la empresa con el grupo de interés de la RSE	93
Tabla 29: Conoce si la empresa en la que trabaja aplica RSE	93
Tabla 30: Consecuencias dadas en la empresa al aplicar RSE	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial	23
Figura 2: Mapa del Ecuador	37
Figura 3: Ubicación	38
Figura 4: Mapa de la provincia de Loja	39
Figura 5: Estructura económica de Los habitantes de la provincia de Loja.....	40
Figura 6: Población ocupada por rama de actividad	41
Figura 7: Evolución de las empresas ecuatorianas	42
Figura 8: Forma institucional de las empresas ecuatorianas.....	44
Figura 9: Empresas por sector económico	44
Figura 10: Estructura de empresas por actividad, económica.....	45
Figura 11: Estructura de empresas de acuerdo a las provincias de Ecuador	46
Figura 12: Actividades económicas	47
Figura 13: Sexo	60
Figura 14: Edad.....	60
Figura 15: Tiempo de servicios en la empresa.....	61
Figura 16: Conocimiento de la RSE	62
Figura 17: Valores y transparencia empresarial	63
Figura 18: Relación con los Stakeholders	64
Figura 19: Razones para implementar prácticas de RSE en la empresa	65
Figura 20: Resultados esperados con las prácticas de RSE en la empresa	66
Figura 21: Dificultades de aplicar la RSE en la empresa	67
Figura 22: Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa	68
Figura 23: Percepción de los empleados de la RSE en la empresa.....	69
Figura 24: Compromiso con el grupo de interés RSE	70
Figura 25: En su empresa aplican la RSE.....	71
Figura 26: Consecuencias de aplicar la RSE	72

RESUMEN

El presente trabajo investigativo denominado “Percepción de empleados sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas de la Provincia de Loja, año 2016” tiene como objetivo principal determinar la percepción que tienen los empleados sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas, para ello se utilizó como base principal el informe de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, involucrando a las empresas de la Provincia de Loja. Se aplicó la muestra aleatoria simple dando como resultado 362 empleados a encuestar, mediante la misma se obtuvo información sobre: datos personales de los encuestados, preguntas de conocimiento generales sobre la RSE, la empresa y la RSE; el compromiso con la sociedad, mejoras en las retribuciones económicas, la productividad empresarial, códigos de ética, grupos de interés, comunicación empresarial, políticas de bienestar. Y la aplicación de la RSE en la empresa.

Los resultados obtenidos exponen que la minoría de empleados percibe que las empresas donde trabajan no aplican la RSE, incidiendo en su desempeño organizacional.

Palabras Claves: Percepción, Responsabilidad Social Empresarial, Empleados, Desempeño organizacional.

ABSTRACT

The main objective of this research, entitled "Employee Perception of Corporate Social Responsibility (CSR) Practices and its Impact on Organizational Performance of Companies in the Province of Loja, 2016", is to determine the perception of employees about practices of Corporate Social Responsibility and its impact on the organizational performance of companies. For this purpose, the report of the Superintendency of Companies of Ecuador was used as the main base, involving companies in the Province of Loja. The simple random sample was applied, resulting in 362 employees being surveyed, through which information was obtained on: personal data of the respondents, general knowledge questions about CSR, business and CSR; commitment to society, improvements in economic compensation, business productivity, codes of ethics, interest groups, business communication, welfare policies. And the application of CSR in the company.

The results show that the minority of employees perceive that the companies where they work do not apply CSR, affecting their organizational performance.

Key Words: Perception, Corporate Social Responsibility, Employees, Organizational Performance.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona.

En la presente investigación se requiere determinar la percepción de los empleados de las empresas de la provincia de Loja sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su lugar de trabajo y la manera que estas inciden en el desempeño organizacional.

Por lo que se ha creído importante realizar un análisis de la Responsabilidad Social Empresarial por medio de los siguientes objetivos específicos: análisis de los organismos internacionales que se encargan de la Responsabilidad Social Empresarial, estudiar la estructura del tejido empresarial diagnosticando el nivel de aporte existente de los empleados en la RSE de la provincia de Loja y analizar la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial e los empleados a través de aptitudes, liderazgo, comportamiento y su incidencia en el desempeño organizacional de las empresas.

En el **Capítulo I**, conformado por los siguientes fundamentos teóricos: La Responsabilidad Social Empresarial, beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial, evolución de la Responsabilidad Social Empresarial, Organismos Internacionales encargados de la Responsabilidad Social Empresarial, dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, grupos de interés, comunicación de la RSE, percepción de la RSE, desempeño organizacional, y el Marco Legal de la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador.

En el **Capítulo II**, se encuentra estructura por caracterización del tejido empresarial de la provincia de Loja, características de la provincia de Loja; diagnostico económico de la provincia de Loja, estructura empresarial del Ecuador, sectores productivos de la provincia de Loja, cantidad de empleos que genera el tejido empresarial de la provincia de Loja, diagnóstico empresarial de la provincia de Loja con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

En el **Capítulo III**, se presenta la metodología que consta de métodos, técnicas, población, muestra y la determinación de la aplicación de encuestas.

En el **Capítulo IV**, aquí se analizan los resultados obtenidos de las encuestas a los empleados de las empresas de la Provincia de Loja y finalmente se presente un análisis global.

Con el estudio de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial se espera favorecer a las empresas de la provincia de Loja de manera que las involucren diariamente y

favoreciendo a los grupos de interés en este caso a los empleados y se logre el desarrollo organizacional de las empresas.

Como la presente investigación es un trabajo que abarca todos los 16 cantones de la Provincia de Loja, fue un poco dificultoso dirigirse hasta todas las empresas, y sobre ello la poca colaboración que presentaron algunos empleados al momento de realizar la encuesta. Pero finalmente se obtuvo la información requerida para el estudio, obteniendo las percepciones de los empleados sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

La metodología utilizada en la investigación fue basada en los métodos deductivo, exploratorio y descriptivo; y como técnica la encuesta; la misma que fue aplicada a 362 empleados de las empresas de toda la provincia de Loja; los resultados obtenidos ayudaron a determinar las percepciones de los empleados sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, y su desempeño organizacional.

CAPÍTULO I

EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

1.1 Conceptualización de responsabilidad social empresarial (RSE)

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial tiene una gran acogida por las empresas, debido a los resultados y al impacto que tiene dentro del aspecto social, económico, y ambiental; por ello a continuación se exponen diversas conceptualizaciones para comprender sobre el tema estudiado.

Pinto, citado por (González, 2017) define a la RSE como:

“Una cultura que, en todas las áreas claves de la gestión y de los resultados empresariales, procura impactar positivamente a todos los públicos afectados por la acción de la empresa”. (p. 35)

Cabrera, citado por (González, 2017) manifiesta que por RSE se entiende “el impacto de las acciones de las empresas en la sociedad y supone que la corporación posee las responsabilidades que va más allá de las obligaciones económicas y legales”.

En virtud a lo expuesto se concluye que la Responsabilidad Social Empresarial, tiene como finalidad establecer adecuadas estrategias que estén orientadas a atender los requerimientos de su entorno y no solo en generar beneficios económicos para un bien común, por lo contrario, busca el bienestar de los demás grupos que rodean a la organización.

La RSE posee los siguientes rasgos (Lozano, 2011):

- *Voluntariedad*, hace referencia a las acciones que deberían tener las organizaciones por preocuparse en aspectos relacionados con ámbitos sociales y medioambientales.
- *Integración*, las acciones que expone la RSE deberían formar parte del día a día de la empresa, con el fin que pueda irse relacionando en las diferentes áreas y ámbitos de negocios y conlleve a una organización socialmente responsable.
- *Consistencia*, es importante que las iniciativas de RSE se lleven a cabo de forma permanente, ya que estas acciones requieren de tiempo y estabilidad.
- *Transparencia y rendición de cuentas*, se constituyen en aquella responsabilidad que tienen las empresas de informar de manera veraz sobre su acciones y decisiones a los diferentes grupos de interés.
- *Diálogo*, dentro de este aspecto hace referencia a la comunicación que debe mantener la entidad con la sociedad.

Como expone el autor Lozano la Responsabilidad Social Empresarial debe ser un aspecto voluntario donde cada organización por decisión propia decida implementar acciones responsables que no estén solo encaminadas en buscar beneficios económicos, sino en el

bien común, para lo cual debe ser consistente con sus actividades, ya que los cambios ocasionan inconvenientes, todas estas iniciativas permitirán constituirse en una entidad transparente que informe a los grupos de interés sobre las acciones que realiza y que impactos tienen dentro del ámbito económico, social y ambiental.

El libro Verde de la UE sobre la Responsabilidad Social Empresarial expone que es: “la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, medioambientales en las actividades económicas y sus relaciones con sus interlocutores, de manera amplia es definida como un concepto a la cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”. (Álvarez, 2010)

A través de la RSE se puede establecer aspectos relacionados con; prácticas reactivas que hace énfasis a la prevención y gestión de los riesgos financieros de la empresa, con respecto a las prácticas proactivas son las estrategias e iniciativas de sostenibilidad empresarial que forman impactos positivos en la sociedad y el medioambiente; y finalmente las prácticas híbridas donde los efectos de prevención de riesgos y creación de valor compartido se asocian. (Escudero y Garcia, 2014)

Las organizaciones al llevar a cabo diferentes actividades económicas deben comprender la gran responsabilidad que tiene con el entorno donde se desenvuelve, ya que sus metas no deben estar orientadas en buscar beneficios económicos a costa de todo, en su caso deben estar orientados en la sostenibilidad que contribuya positivamente a la sociedad.

Las iniciativas de la Responsabilidad Social Empresarial están comprometidas con los siguientes aspectos (Martínez, 2011):

- Respeto por la dignidad y derecho de los empleados y demás comprometidos.
- Justicia en las transacciones comerciales y en relación con el Estado.
- Buscar el bienestar de la sociedad.
- Prestar servicios y elaboración de productos de calidad que estén orientados con el resguardo del medioambiente.
- La transparencia y honestidad.
- Integridad en la toma de decisión. (p.8)

Es así que las iniciativas de la RSE están orientadas a atender los requerimientos de los grupos de interés de cada una de las organizaciones; es decir a través de esta herramienta de gestión se busca que cada entidad lleve a cabo sus actividades de manera ética, que estén orientados al desarrollo del país, mejorar la calidad de vida de sus empleados, sociedad y comunidad; en fin, constituir una empresa con valores de responsabilidad y sustentabilidad.

1.2. Beneficios de la RSE

Casani dice que:

La RSE es instrumento de gestión que les permite a las organizaciones obtener diversos beneficios entre ellos se determina que: optimiza el nivel de las ventas, mejorar la imagen, reputación, fomentar la lealtad en los clientes, crear compromiso entre los colaboradores y trabajadores, además evitar un sinnúmero de problemas por sanciones, multas, reparaciones entre otros; todo ello gracias a la implementación de valores y principios éticos en la gobernabilidad (Casani, 2015, p.108).

Como se describe en la cita antes expuesta son diversos los beneficios que motivan el implementar estas estrategias en cada organización independientemente de su tamaño, ya que estas iniciativas están orientadas a crecer y mantener a la entidad responsablemente en un mercado competitivo.

Por su parte González,(2017) hace alusión, referente a los beneficios de la RSE:

A través de las iniciativas de la RSE se obtienen ventajas en relación a la optimización de la productividad por parte de los trabajadores, en relación a la calidad del producto apreciada por los clientes, además captar mayor demanda; y a su vez permite contribuir a la sociedad, a la conservación, protección de los recursos naturales y al medioambiente; la RSE con frecuencia resulta también favorable en términos económicos para la organización.

Las buenas acciones de la RSE permiten adquirir diversas ventajas que están orientadas a optimizar la calidad del servicio o bien con ello se podrá captar mejor la demanda del mercado, ser una empresa socialmente responsable y a su vez obtener beneficios económicos.

Galán & Sáenz (2012) establecen que la Responsabilidad Empresarial son actividades que permiten obtener resultados favorables para la organización entre ellos se pone en consideración que reduce costos, es un instrumento que motiva, mejora la calidad de vida de los empleados con el fin que puedan rendir eficientemente en las diferentes áreas de trabajo para incrementar los beneficios económicos; además influye positivamente en la percepción que tienen los clientes sobre la entidad, es decir fortalecer la fidelidad de los clientes.(p.181)

Las empresas en la actualidad se encuentran inmersas en un medio que requieren atender los requerimientos del entorno, por ello la RSE se deriva del cambio de valores en la ciudadanía que han originado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles; es decir que permite obtener diversas ventajas: en el ámbito interno ya que permite mejorar el clima laboral, incrementar la productividad, mejorar la calidad, mejor rentabilidad y mayor cohesión interna;

en referencia al ámbito externo permite obtener fidelidad en los clientes, mejorar relaciones comerciales con grandes empresas, premios y etiquetas distintivas, posicionamiento de marca mejor e imagen. (Rivarola, 2012)

Con el pasar de los tiempos con la globalización se han dado diversos cambios tanto en la vida de las personas como de las empresas, por ello la RSE está encaminada a atender las necesidades tanto a nivel interno y externo de la organización.

A través de los compromisos socialmente responsables por parte de la organización se obtienen diversos beneficios tales como (Fernández et. al, 2010):

- Aumento de la competitividad de la entidad, podrán mejorar su posicionamiento en el mercado mediante la retención y atracción de nuevos clientes.
- Incremento de la eficacia, con la revisión continua de proceso se podrá mejorar la eficacia operacional, siempre orientados a la innovación y nuevos proyectos atractivos para el mercado.
- Mejorar la reputación, una entidad al llevar a cabo su actividad de acuerdo a los principios de la RSE podrá perfeccionar su imagen y obtener mayores oportunidades de negocio.
- Incrementar la productividad, al ser una empresa responsable comprenderá que, los empleados rinden eficientemente al trabajar en un clima adecuado, donde se sienta motivado y la entidad se preocupe por mejorar el bienestar laboral.
- Identificar nuevas oportunidades, al ser una empresa que está atenta a todo lo que sucede en su entorno, tendrá la oportunidad de identificar y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado donde se desenvuelve.
- Disminuye los riesgos, la organización al estar en constante avance en los temas de RSE podrá disminuir las incertidumbres y riesgos.

1.3. Evolución de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial a lo largo de los tiempos ha evolucionado como lo describen los autores Cuesto & Marta (2017) en la tabla 1.

Tabla 1: Evolución cronológica de la RSE

Década	Desarrollo	Aspectos clave
Etapa inicial progresiva hacia el concepto de RSE		
S.XIX - 1950	La Filantropía empresarial	Andrew Carnegie en 1889 analiza el papel de la filantropía empresarial, en su libro "El evangelio de la Riqueza"
	Primera definición forma de RSE	Publicación de la obra Bowen: Social responsibilities of the businessmen. Inicio formal de la RSE
Etapa filosófico		
1960	Definición de RSE Debate sobre los fines de la empresa	Proyecto de responsabilidad de la empresa, liderado por Ralph Nader. Presionó durante los años 70 a General Motors para que tomara determinadas decisiones, a través de sus junta de accionistas
Etapa práctica		
1970	<ul style="list-style-type: none"> · Definición de la responsabilidad de la empresa. · Se continua con lo iniciado en la década anterior 	<ul style="list-style-type: none"> · Propuesta de CSP (Corporate Social Performance) como forma de medición de la RSE. · Estudios empíricos sobre la RSE: percepción de ejecutivos sobre RSE: medición de la RSE en EEUU.
Etapa estratégica		
1980	<ul style="list-style-type: none"> · Definición del modelo Stakeholders. · Desarrollo de código éticos · Balance social como medio de interiorizar y comunica la RSE 	<ul style="list-style-type: none"> · Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros.

Década	Desarrollo	Aspectos clave
Desarrollo sectorial e institucional		
1990	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo sectorial de la disciplina: se parcela y analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos(códigos éticos, gobierno corporativo entre otros) 	<ul style="list-style-type: none"> La globalización económica pone en manifiesto problemas socio-ambientales. Proliferan la investigación empírica y las publicaciones sobre la RS, ética de negocios y cátedras en casi todas las escuelas de negocios. Se abren líneas de investigación en diversas universidades europeas y estadounidenses. Se crea instituciones en casi todos los países occidentales para promover la RSE, la ética de los negocios. Los gobiernos empiezan a tomar parte en la promoción de la RSE (consejos o secretarías de Estado, leyes sobre reporte social o de la sostenibilidad, directivas europeas)
Etapas de la comunicación y de la empresa ciudadana		
2000 hoy	<ul style="list-style-type: none"> Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad Auge de la rendición de cuentas y la comunicación en materia de RSE a través de informes. Desarrollo de conceptos vinculados a la RSE: valor compartido, bases de la pirámide, emprendimiento social. 	<ul style="list-style-type: none"> Publicación de los estándares de reporte de RSE de GRI. Incremento de empresas que publican las memorias de RSC. Los gobiernos empiezan a ver la RSE como una cuestión de buena gobernanza y protección de accionistas. Proliferan los estudios encaminados a identificar cuál es la relación entre RSE y rentabilidad. La UE adopta el enfoque de valor compartido en sus políticas de RSE. Diversas organizaciones e instituciones se centran en el emprendimiento como una de las vías de escape de la crisis.

Fuente: Cuesto & Cuesta (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Por su parte Saavedra (2010) también hace alusión sobre la cronología de la RSE

Tabla 2: Evolución de la RSE

Década	Desarrollo
1953	Primera definición formal de la RSE
1960	Etapa filosófica <ul style="list-style-type: none">• Definición de RSE• Debate sobre los fines de la empresa.
1970	Etapa práctica <ul style="list-style-type: none">• Definición de RSE• Se continua con lo iniciado en la década anterior.
1980	Etapa estratégica <ul style="list-style-type: none">• Conceptualización del modelo stakeholders.• Definición y desarrollo de códigos éticos.• Balance social como medio de interiorizar y comunicar la RSE.
1990 – hoy	Desarrollo sectorial y empresa ciudadana. <ul style="list-style-type: none">• Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad.• Desarrollo sectorial de la disciplina; se parcela y se analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos

Fuente: Saavedra, Robledo Irene (2010). Introducción a la sostenibilidad y la RSC
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

A continuación, se describe la evolución de la Responsabilidad Social Empresarial:

Tabla 3: Evolución de la RSE

Modelos	Descripción
<p>Nacimiento y conceptualización de la RSE (1953-1975)</p>	<p>La primera definición sobre la Responsabilidad Social empresarial se dio a conocer por Howard Bowen. En la década de 1960 Keith Davis establece que la RSE se da en función al nivel de poder que tienen sobre la sociedad. Milton Friedman quien por su parte establece que la primordial responsabilidad que tienen los directivos es el aumentar los beneficios para los accionistas.</p> <p>En el año 1971 Harrold Johnson establece cuatro visiones que hace referencia;</p> <p>Que es importante tener un conocimiento de la empresa, sociedad ya que esto ejercerá influencia en las actividades que desarrolla.</p> <p>Tomar en consideración el efectuar eventos de carácter social con la finalidad de mantener la mayor aceptación de la sociedad y ello permitirá aumenta los beneficios económicos para la empresa.</p> <p>Hace referencia que la empresa al obtener mayor beneficio económico o social le permite mejorar el nivel de responsabilidad.</p> <p>Es importante tener un conocimiento sobre los grupos de interés a nivel externo e interno de la entidad que promueven riqueza. (Caraguay, 2014)</p> <p>Además, cabe señalar que este periodo la RSE era un aspecto considerado como voluntario</p>
<p>Proliferación de definiciones y modelos de RSE (1975-1990)</p>	<p>En esta segundo modelo de evolución; Sethi establece tres etapas en tres etapas dada por la capacidad de anticiparse a prevenir los impacto generados por la actividad empresarial; Por las presiones que la sociedad genera alrededor de la empresa; y las empresa están obligadas a cumplir ciertos estándares por regulación por bien del mercado. (López, 2016) Carroll, (citado por Castelló & Lozano, 2009) expresa en un artículo de 1979 que los procesos de respuesta a los</p>

	<p>problemas sociales constituyen un proceso continuo y acumulativo, de menor a mayor respuesta por parte de las empresas. (Pág.11)</p> <p>Además, el autor Carroll hace referencia a cuatro categorías que se centran en el desempeño responsable de las empresas, las mismas que son: discrecional, económica, legal, y ética.</p>
<p>Vinculación con los grupos de interés (1990-2000).</p>	<p>Donna Wood (citado por López, 2016) propuso tres principios de la RSE que son legitimidad, Responsabilidad pública, gestión de discreción. Los mismos que permitirán evaluar el impacto en tres categorías que son ambiental, Stakeholders, y problemas ocasionadas por la gestión empresarial. (Pág. 32)</p> <p>En este apartado se puede recatar dos actitudes relacionadas con la RSE, la primera es donde se efectúa acciones de filantropía con el objetivo de poder mejorar la imagen de la entidad y la segunda es aquella que se presenta de una forma integral. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García, 2012, pág. 7)</p>
<p>El boom de la RSE: Inclusión de nuevos actores en su consecución (2000-2010)</p>	<p>Es importante desatacar que en esta época se dio una convergencia entre dos conceptos, por un lado el desarrollo sustentable, vinculado con actores de índole pública o social especialmente con grupos preocupados por el medio ambiente; por el otro, la RSE en el sector privado que busca mejorar las relaciones con el grupo de interés y poder reducir el impacto ambiental que ocasiona (Raufflet, Lozano, Barrera, & García, 2012, pág. 9).</p> <p>Debido a la asociación de estos conceptos por definir la RSE, se pudo originar interés por las organizaciones internacionales quienes se concientizan con la vulnerabilidad de las personas de una forma integral. (Caraguay, 2014)</p>

Fuente: Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012); Caraguay (2016); López (2016); Castelló & Lozano(2009)
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Como se puede apreciar entre los aspectos puntualizados por los dos autores se determina que la RSE ha tenido que evolucionar constantemente para que las organizaciones comprendan el valor de estas herramientas, que están orientadas a una adecuada gobernación para obtener beneficios en el ámbito económico, social y ambiental.

1.4. Enfoque de la RSE

Los enfoques relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial que permiten dar una perspectiva de su conceptualización son: enfoque instrumental, integrador, ético y político, aspectos que se describen en la siguiente tabla.

Tabla 4: Enfoques de RSE

Teorías sobre RSE	Enfoque/ Contenido de la RSE
Teoría del valor del accionista o teoría Shareholder	Enfoque instrumental La única responsabilidad es maximizar los beneficios económicos, dentro del marco legal, la costumbre ética. Empezar ciertas actividades sociales se justifica si proporcionan ventajas competitivas
Teoría instrumental de Stakeholders	Enfoque integrador La responsabilidad no es una mera maximización de beneficios económicos a corto plazo, sino que se expande a la búsqueda de valor para los grupos de interés o Stakeholders.
Teoría normativa de Stakeholders	Enfoque ético Implica efectuar una actividad que sea económicamente viables, respetuosa de la ley, ética y socialmente solidaria, está ligada a la gestión moral. La responsabilidad social y medioambiental está ligada a aspectos legales y filantrópicos y a los resultados financieros.
Teoría de ciudadanía	Enfoque político Las empresas deben ser parte de la sociedad y debe contribuir en alguna medida al desarrollo y bienestar social más allá de la creación de riqueza con obligaciones sociales, como la equidad, la justicia social y la protección de los trabajadores.

Fuente: Cuesto; González (2017) La administración pública de la responsabilidad social corporativa

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

La Responsabilidad Social Empresarial posee diversos enfoques que permiten comprender a su conceptualización y para que se han constituido estas prácticas a emplear por las organizaciones.

Por su parte Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012) determinan los siguientes enfoques que se pueden apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 5: Enfoques de responsabilidad social empresarial

Enfoque	Conceptualización
Enfoque funcionalista, la RSE como función de la regulación social.	Establece a la empresa y a la sociedad como dos sistemas que persiguen propósitos específicos; permite buscar una estabilidad.
Enfoque sociológico: la RSE como relación de poder	Hace referencia a la expresión de relaciones de poder, ya que se traduce la capacidad de los actores sociales o de las organizaciones de influenciar a las empresas y hacerlas tomar en cuenta sus reivindicaciones sociales, étnicas y ambientales. Esta perspectiva es objetiva es decir que se dedica a hacer revalidas las agendas políticas.
Enfoque culturalista: la RSE como producto cultural	Se constituye en la relación entre la empresa sociedad como un área donde se comunidad y difunde representaciones, normas y valores. La organizaciones es considerada como un lugar cultural.
Enfoque constructivista; la RSE como construcción socio cognitiva	Reconoce el carácter subjetivo y socialmente construido de esta relación, es una área donde la empresa y sociedad interactúan, se constituyen, reconfiguran de manera permanente; puede definirse como una construcción socio cognitiva de la esfera de negocios y de la sociedad a través de un proceso complejo de encuadre recíproco de identidades, sistemas de valores y cuestiones sociales.

Fuente: Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012) Responsabilidad Social Empresarial
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

1.5. Gobierno corporativo

El gobierno Corporativo se constituye en una herramienta importante para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial para lo consiguiente expone su conceptualización.

El gobierno corporativo es el conjunto de procesos, mecanismos y reglas del juego establecidos entre los propietarios, el directorio y la administración para dirigir la empresa, alcanzar los objetivos, generar valor sostenible en el tiempo para sus accionistas y responder a los legítimos requerimientos de otros grupos de interés. (Enrione, 2014, pág. 35)

Crespí y Gispert (citado por Puentes, Velasco, & Vilar, 2009) manifiestan que el “Buen gobierno corporativo habrá de estar dirijo a fortalecer los sistemas de gestión, control y administración de las empresas, constituyéndose como un instrumento de gestión de las relaciones entre principal- accionista-agente, directivos” (pág.120).

Ante lo manifestado se pone en consideración que las directrices del gobierno corporativo están orientadas a mejorar la rentabilidad de las empresas, ya que se establecen parámetros, programas, sistemas que permiten el control eficiente de las actividades económicas, y que las mismas sean efectuadas con transparencia que fortalezcan el éxito empresarial.

La Bolsas de Valores de Quito y el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) expresan que:

Cerca del 70% de las empresas ecuatorianas no llega a la segunda generación. Apenas el 15% llega a la tercera y tan solo el 4% alcanza la cuarta. El 80% de las razones por las cuales las empresas desaparecen no tiene que ver con el negocio en sí mismo sino con problemas de gobernanza y con la ausencia de reglas sobre la sucesión. Esto repercute directamente en el empleo, el intercambio y la generación de riqueza, contribuyendo a que el país no logre un desarrollo adecuado. Esta realidad, que no es una característica del país, sino que se presenta a nivel global, nos obliga a reaccionar y a convertirnos en activistas de la adopción de las mejores prácticas de Gobierno Corporativo. (pág.10)

Al hacer énfasis a lo expuesto por La Bolsas de Valores de Quito y el Banco Interamericano de Desarrollo, se deduce que las empresas ecuatorianas requieren reforzar la gestion administrativa, estableciendo un control adecuado para poder implementar estrategias que ayuden a mantenerse a las organizaciones en el mercado y a su vez crecer.

El modelo de gestión empresarial responsable involucra además de crear beneficios económicos, el bienestar del medioambiente, social y cultural, es decir es un tema que va más allá de la rentabilidad económica es un tema amplio y por ello difícil de gestionar. (Arrieta & Ayuso, 2009, pág. 136)

Para alcanzar el éxito empresarial, es importante determinar programas por parte del Gobierno Corporativo el cual debe ser difundido a todas las personas que se relacionan con la organización: es decir que el compromiso que mantiene la administración es un aspecto relevante para el control de los objetivos, institucionales, a ello se suma la credibilidad que tendrá ante los clientes, ya que al generar información transparente y la difusión sea eficaz se logrará posicionar prestigiosamente a la entidad.

En efecto se puede evidenciar que una empresa al poseer un adecuado gobierno corporativo permitirá obtener una rentabilidad eficiente; por ello al relacionar con la RSE se puede establecer que podrá implementar estas estrategias adecuada que harán de la empresa un ente socialmente responsable.

1.6. Organismos internacionales encargados de la responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial ha tenido un crecimiento más importante en los países desarrollados, donde hay más altos niveles de transparencia, rendición de cuentas y observancia de las leyes.

Varios organismos internacionales se refieren a la Responsabilidad Social Empresarial como un concepto a través del que las empresas deciden voluntariamente a contribuir al logro tanto de una sociedad mejor como de un medio ambiente más amplio.

A continuación, se analizan algunos de los organismos internacionales más importantes:

Tabla 6: Organismos Internaciones la Responsabilidad Social Empresarial

ORGANISMOS	FUNCIÓN
SGE 21	Instrumento flexible y adaptable a las necesidades de las diferentes organizaciones.
Global Reporting Initiative (GRI)	Impulsa la elaboración de memorias de sostenibilidad, establece los principios e indicadores que las organizaciones puede medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.
ISO 26000	Ayuda a las organizaciones en la contribución al desarrollo sostenible. Reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social.
AA1000	La norma de AccountAbility ofrece un estándar sin derechos de propiedad y de libre acceso que cubre completamente los aspectos relacionados con el informe público de la sostenibilidad y los resultados de una organización.
Libro Verde	Fomenta un marco de responsabilidad social empresarial; en él se incluyen recomendaciones dirigidas a empresas, administraciones públicas y agentes sociales, respecto de los medios para sensibilizar y mejorar el conocimiento de la RSE, para facilitar su aplicación en los países miembros.
Banco mundial	Se centra principalmente en la investigación sobre buenas prácticas de RSE, además de ofrecer recursos y formación a gestores, a escuelas de negocios, a periodistas, a sectores no gubernamentales y al sector público de países en vías en desarrollo.

Fuente: Gregorio Paúl (2013) Herramientas de gestión para la responsabilidad social corporativa: ruta a la sostenibilidad

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En lo citado anteriormente se evidencia que los organismos internacionales son una manera de ayudar de una forma u otra en la empresa con su Responsabilidad Social, por ello se determina que cada empresa debe tener al menos una en consideración y pueda aplicarla.

1.7. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Se distingue dos dimensiones de la RSE las cuales son:

1.7.1. Dimensión interna

Es aquella que netamente está asociada al manejo y trato de los colaboradores, así como de las buenas prácticas gerenciales del talento humano. Las áreas que involucran esta dimensión son:

1.7.1.1. Gestión de recursos humanos

El cumplimiento de las obligaciones legales por parte de la empresa en cuanto a pagos a tiempo, afiliaciones, seguros de salud, contratos lícitos, períodos de maternidad, y demás derechos y normativas laborales.

(Ruíz & García, 2010) La empresa debe invertir en el recurso humano que es el pilar de una organización, garantizar la igualdad en el trato de todo el personal, rechazar la discriminación de las minorías o personas que tengan algún problema físico; y finalmente trabajará para conseguir que haya un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio. (p.21)

También se deberá considerar aspectos relacionados al desarrollo profesional, personal, capacitación y formación continua con la finalidad de brindar un ambiente sano y seguro en donde el mejoramiento esté relacionado al uso de herramientas idóneas para el desarrollo y fomento de una dimensión interna óptima. (Porrás, 2015, pág. 17)

Se determina una gestión responsable de las reestructuraciones empresariales, a través de la participación de todos los afectados, especialmente de los trabajadores y de las autoridades.

1.7.1.2. Buen gobierno y ética corporativa

El buen gobierno se inspira y fundamenta en el compromiso con los principios éticos, la transparencia y el liderazgo en la aplicación de las mejores prácticas internacionales en materia de buen gobierno, articulándose en torno a la defensa del interés social y la creación

de valor sostenible para la sociedad, los ciudadanos, sus trabajadores, sus clientes y sus accionistas. (Gobierno corporativo, 2017)

Refleja las acciones de transparencia, sistema de gestión ética, declaración de principios, civismo empresarial, etc.

1.7.1.3. Salud y seguridad en el trabajo

Es obligación de la empresa prevenir e identificar riesgos que puedan afectar al trabajador, se deberá tomar en cuenta la actividad que cada trabajador interviene permitiendo establecer acciones, procedimientos y tomar posibles soluciones a problemas existentes y/o futuros, para lo cual el equipo de trabajo debe estar en permanentes capacitaciones sobre la manera adecuada de ejecutar sus funciones, y como hacer uso de las herramientas para su tipo de trabajo.

1.7.1.4. Adaptación al cambio

Cuando la empresa desee implementar acciones de Responsabilidad Social va a generar una reestructuración de la organización generando molestia en algunos colaboradores, es por ello que se debe motivar al momento del cambio, socializando un nuevo enfoque de los objetivos a corto, mediano y largo plazo, y siempre capacitando sobre los cambios que se estén efectuando.

1.7.2. Dimensión externa

Se refiere específicamente a las relaciones con las comunidades y los agentes externos a la empresa tenemos:

1.7.2.1. Comunidades locales

Involucra la participación de la empresa en programas de desarrollo local, de oferta de formación, contratación de personas excluidas, etc.

1.7.2.2. Socios comerciales, proveedores y consumidores

Soporte financiero de nuevas empresas, divulgación de buenas prácticas, análisis del ciclo de vida del producto, certificaciones y etiquetas de consumo responsable, etc.

Las dimensiones que conforman las prácticas de Responsabilidad Social Empresa se describen en la siguiente tabla:

Tabla 7: Grupos de interés según las dimensiones

Dimensión	Descripción
Gobierno y sociedad	Toda organización tiene que velar que los derechos humano no serán vulnerados.
Clientes y consumidores	Incluye la seguridad de los productos determinando el uso adecuado; es decir abarca todas las comunicaciones con sus clientes; información exhaustiva y confiable en el etiquetado, practicas justas de marketing, mensajes no discriminatorios, irrespetuosos, o que generen expectativas irreales en los niños.
Proveedores	Las empresas deben evitar ser cómplices de abusos con terceros y tomar las medidas necesarias para medir potenciales de riesgo.
Público interno	Hace referencia al personal de trabajo donde deben implementar acciones que promuevan un buen ambiente laboral.
Valores y transparencia	La gobernanza de una organización se basa en los principio y prácticas de rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respecto a las partes interesadas y respeto al principio de legalidad en la toma de decisiones y en su implementación.
Medio ambiente	Las decisiones y actividades de las empresas generan un impacto en el medio ambiente, con dependencia donde se ubique; por ello es importante realizar acciones que permitan mitigar la generación de contaminantes, residuos que afectan al ecosistema.

Comunidad

La inversión social es un medio por el cual las organizaciones pueden contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operan, por ello las empresas deben aportar políticas públicas pertinentes cuando se comprometen con la comunidad.

Fuente: Empresas por la infancia (2012) Estado de situación de la RSE y la infancia en la Argentina
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Carroll, citado por González (2012) manifiesta que la responsabilidad empresarial está compuesta por diversos elementos los mismos que son; económica, legal, ética y filantrópica; para una mejor comprensión el autor los representa mediante una pirámide.



Figura 1: Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: (Vargas, 2015)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Vargas (2015) determina que las dimensiones de RSE con respecto a la perspectiva de la sustentabilidad son:

- Dimensión económica, hace referencia a la responsabilidad de la organización con sus accionistas en generar utilidades, aprovechando el recurso financiero, humano y naturales que permita disminuir los costos y efectos dañinos en el sistema social y ambiental.
- Dimensión social, consiste en realizar acciones con el fin de mitigar los impactos que pudiera generar en relación con la cultura, costumbres, derechos humanos y participación en la vida de la comunidad.
- Dimensión ecológica, se constituye por el respeto de la empresa hacia los recursos naturales y la biodiversidad biológica.

Campos (2016) menciona que la Responsabilidad Social abarca tres aspectos:

- Responsabilidad Económica. - Una de las principales características de la empresa, es generar riqueza a través de trabajo, innovación, impuestos.
- Responsabilidad Social. - Corresponden a los valores y pautas de comportamiento.
- Responsabilidad Medioambiente. - es responsable del entorno físico y medio ambiente que rodea la empresa.

Fernández (2009) manifiesta que la responsabilidad social integral es un compromiso de aportación del máximo valor posible a todos sus grupos de interés directos (accionista, clientes, empleados y proveedores) y al conjunto de las sociedades que operan, tratando de dar la mejor respuesta a sus alcances y sus expectativas, respetando escrupulosamente la legalidad y las exigencias y recomendaciones de los reguladores y con los niveles más estrictos de integridad y transparencia. (pág.46)

El carácter social de la actividad económica exige que la empresa esté obligada para con el bien común de la comunidad en la que se desenvuelve sus actividades, esta obligación no se agota con el mero cumplimiento del Estado; es moral que la empresa busque su propio interés, con tal de que acepten los límites que imponen los legítimos intereses de los demás y la solidaridad humana. (Martínez, 2011, pág. 27)

El enfoque integral implica tanto el reconcomiendo de la importancia de todos los grupos de interés afectados a la gestión y a los resultados empresariales, como su legitimidad, reconociendo sus interés individuales y generando a través de un proceso de dialogo estrategias empresariales en el campo RSC que satisfaga las demandas se sus interlocutores válidos. (Saavedra, 2010, pág. 70)

1.8. Grupos de interés

La identificación de los grupos de interés de una empresa puede realizarse en distintas dimensiones:

Los grupos de interés o los stakeholders pueden están constituido de diversa manera y procedencia, de una manera general dentro de un sistema se pueden establecer las siguientes personas o entidades; el que paga, el que especifica, el que desarrolla, el que prueba, el que instala, el que mantiene el sistema; además, se los puede identificar a través de las necesidades definidas, por ello es importante que cada empresa identifique a cada uno de ellos para que puedan aplicar estrategias de RSE. (Sols, Fernández, & Romero, 2013)

Otra definición sobre los grupos de interés o los stakeholders fue dada por Freeman (citado por Míguez, 2010) quien manifiesta:

Que son como grupo o individuos que pueden tener efectos sobre la entidad o en su caso pueden verse afectados por estos; es decir que los stakeholder pueden entenderse cualquier persona o grupo que poseen un interés, derecho, reivindicación o propiedad en una empresa. (Míguez, 2010)

De acuerdo a la clasificación de Clarkson (1995) se determina que los stakeholders pueden ser: primarios, grupos interesados sin los cuales la empresa no podría seguir operativa y actuante en el mercado; y los secundarios, aquellos que no están directamente involucrados en las actividades económicas de la empresa (Ceballos y Vidal, 2015).

Es evidente que los grupos de interés de alguna manera influyen positivamente o negativamente en la actividad de la entidad, por ello es importante que la organización los agrupe e identifique para determinar qué acciones a tomar para satisfacer las necesidades de estos grupos de personas, con el fin que permitan optimizar la productividad de la misma.

Tabla 8: Grupos de interés según las dimensiones

Dimensiones	Grupo de interés
Por responsabilidad	Personas con las que tiene responsabilidades legales financieras y operativas según reglamentaciones, contratos o políticas vigentes
Por influencia	Personas que tienen la posibilidad de influenciar en la capacidad de la organización para alcanzar sus metas, ya sea que sus acciones pueden impulsar o impedir su desempeño.
Por cercanía	Son aquellas personas que la empresa depende de sus operaciones cotidianas y de los que viven cerca de las plantas de producción
Por dependencia	Son las personas que más dependen de su organización, como, por ejemplo: los empleados y sus familias, los clientes que dependen de los productos de la empresa y los proveedores para quienes la empresa es un cliente importante.
Por representación	Son aquellas personas que a través de estructuras regulatorias representan a otras personas por ejemplo: líderes, representantes, etc.

Fuente: Duque, Jose Luis (2014) Responsabilidad social desde las percepciones de los trabajadores
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Los stakeholder pueden clasificarse en dos grupos que son: internos, que se constituyen en el ámbito interno de actuación de la organización como son: propietarios, empleados y directivos principalmente, dependiendo del tipo y tamaño de la empresa; mientras que los externos hacen referencia a los que se relacionan con la entidad, pero no la integran, los hay próximos: proveedores, clientes, entidades financieras, las administraciones públicas entre otros. (Alonso, Furió, y Sánchez, 2014)

A través de la información obtenida se puede apreciar que existen diversos tipos de grupos de interés y es de relevancia identificarlos para poder determinar las necesidades e implementar estrategias que estén encaminadas a mitigar los impactos ocasionados por la actividad del negocio.

Uroz, Plaza, y Burgos (2010) “La integración de los grupos de interés se determina como la habilidad que tiene la organización para establecer relaciones colaborativas de una forma positiva con una amplia variedad de grupos de interés” (pág.56)

Como se ha podido apreciar existen diversas definiciones sobre los grupos de interés, en relación todas consideran que son un grupo de personas, individuos que de alguna manera se encuentran afectados por el desarrollo de la actividad empresarial; es decir que los stakeholders recoge, no sólo a los grupos de individuos que pertenecen a la entidad, sino también a los externos a ella y con diferente grado de relación con los procesos productivos u organizativos. (Saavedra, 2010, pág. 69)

La comunicación con los grupos de interés se constituye en una herramienta esencial para las organizaciones y que permite contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos de ser una empresa abierta y responsables; ya que el dialogo suele ser un proceso no interactivo y de carácter unidireccional, que implica un intercambio de perspectivas, necesidades con el fin de establecer un mutuo entendimiento, ya que estos grupos de personas pueden influenciar en la agenda de la entidad y resultados; es por ello que debe existir un dialogo efectivo mediante el compromiso de escuchar y actuar. (Argenti, 2014)

En relación con lo antes expuesto por el autor se puede evidenciar que el dialogo con los grupos de interés es un punto clave para que las empresas puedan constituirse socialmente responsable ya que al tener una adecuada comunicación le permite conocer las necesidades, requerimientos que tienen estos grupos de personas, y con ello la organización pueda establecer estrategias que estén encaminadas a mejorar estas condiciones y crear una cultura organizacional de ética.

Por ello Raufflet, Lozano, Barrera, y García (2012) establecen los siguientes aspectos claves para un adecuado dialogo entre una empresa y los grupos de interés.

Tabla 9: Aspectos clave para el diálogo con los grupos de interés.

La organización debe tener presente	
Los intereses pueden ser clasificados como:	Individuales o particulares. Grupales o de alianzas. Universalizables.

El grupo de interés es: Un interlocutor válido al que debe escucharse y tener en cuenta la toma de decisiones. No es simplemente una agente pasivo o demandante al que hay que interpretar

El grupo de interés puede tener poder: Estratégico, es decir, poseer la capacidad de influencia sobre las decisiones.
Comunicativo, es decir, poseer la capacidad para llegar a entendimientos y consensos.

El proceso del diálogo es: Una exigencia en sí mismo, por lo que deben generarse las condiciones para que se produzca.

Los principios para que el diálogo tenga éxito y esté legítimo son cuatro:

- Principio de comunicación.
- Principio de inclusión.
- Principio de simetría.
- Principio de reciprocidad.

Fuente: Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012) Responsabilidad Social Empresarial
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

1.9. Comunicación de la responsabilidad social empresarial

La comunicación según Vega (2011), se refiere que los empresarios son conscientes de la importancia de comunicar al mercado su quehacer en diferentes ámbitos, las prácticas que favorecen a la sociedad, los avances en investigación y desarrollo, el involucramiento con las comunidades observándose el incremento de la confianza que estos públicos externos e internos depositan en las organizaciones. (p.34)

La empresa no se debe limitar a informar a sus grupos de interés tanto internos como externo, y que benefician a la organización; pues al enterarse del accionar de la empresa se verá reflejado en buenas prácticas. (Vilariño, 2016)

La función principal de esta comunicación debe ser la de explicar y no vender, siempre comunicando los valores reales de la organización que deben ir protegidos por acciones que demuestren, de esta manera se eviten brechas demasiado grandes entre las percepciones de los grupos de interés y la realidad, y sin perder de vista el enfoque estratégico de las acciones y en la comunicación de las mismas.

La comunicación de la RSE se constituye en una estrategia fundamental que permite combinar la obtención de ganancias económicas con el bienestar de los empleados, la optimización en el uso de recursos, erradicación de la corrupción, preservación del medio ambiente, con el objetivo de poder facilitar los procesos de adopción de una cultura dentro de la empresa y la misma comunidad, de conocer y responder a las necesidades sociales, como garante del compromiso público de las empresas con la sociedad y como generador de credibilidad y reputación. (Mejia y Newman, 2011)

Como se puede apreciar la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial es pieza clave para poder alcanzar las metas propuestas por las empresas, ya que al conocer estas prácticas tanto las personas internas que se relacionan con la organización y aquellas externas permitirá crear una cultura, así garantizar que la empresa realice sus actividades de manera responsable, teniendo presente los grupos de interés.

1.10. Memorias de sostenibilidad

Las memorias de sostenibilidad se constituyen en informes voluntarios que están encaminados a informar a los grupos de interés tanto los compromisos de la entidad en relación al desarrollo sostenible como los logros detallando los resultados de las actividades realizadas dentro del ámbito económico, medioambiental y social. (De la Cuesta, Cruz, y Rodríguez, 2010, pág. 101)

Campomanes y Díaz (2013) La elaboración de una memoria de sostenibilidad conlleva una serie de beneficios tanto para la organización como para los grupos de interés, entre ellos tenemos:

- Permite mejorar la comprensión de los riesgos y las oportunidades a los que se enfrentan los negocios.
- Mejorar la reputación y lealtad a la marca de la entidad.
- Señalar cómo la organización ejerce influencia y es influenciada por expectativas relacionadas con el desarrollo sostenible.

- Colaborar a los grupos de interés a comprender el desempeño en materia de sostenibilidad y los impactos más significativos.
- Comparar el desempeño de las empresas a lo largo del tiempo, así como con otras organizaciones.
- Cumplir requisitos de clientes y de los mercados. (p.216)

Por su parte el grupo Santander citado por Paladines (2017) establece:

Una memoria sostenible es la sistematización, en un documento público, de los criterios, compromisos y actividades de una organización en materia de Responsabilidad Social Corporativa en su triplete dimensión: económico, social y medioambiental; la misma está compuesta principalmente por una descripción de las relaciones que la entidad posee con los grupos de interés. (p.15)

Las memorias se pueden emplear, entre otros, para los siguientes propósitos (Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad , 2011):

- Estudio comparativo y valoración del desempeño en materia de sostenibilidad con respeto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias.
- Demostración de cómo una organización influye en y es influida por las expectativas creadas en materia de desarrollo sostenible.
- Comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a largo tiempo. (p.5)

Las memorias de sostenibilidad se constituyen en una herramienta de gestión, mediante la cual se puede dar a conocer sobre las diferentes acciones, estrategias llevadas a cabo dentro del ámbito social, económico y ambiental; dicha información debe ser real y concisa de manera que las personas a quien están dirigidas puedan tener una apreciación clara.

1.11. Percepción de la responsabilidad social empresarial

(UNID, 2015) Es un proceso activo mediante el cual un sujeto analiza la información externa, durante el proceso de análisis de la nueva información intervienen los datos que ya están almacenados en su memoria; a través de la incorporación de los nuevos datos se va creando un esquema mediante el cual se puede aceptar o rechazar el estímulo externo a través de la nueva información. (p.2)

La percepción es el proceso mediante el cual un individuo extrae información del ambiente; por lo tanto, el término “percepción motora” se refiere al proceso por medio del cual se reconoce y aprecia el mundo exterior mediante los estímulos recibidos por los sentidos y las respuestas motoras provocadas por estos estímulos. (Bolaños, 2012) (p.193)

En toda percepción tiene un rol significativo aquella que la organización tenga tanto sobre los individuos en como en sus roles de jefes y directivos. Si se piensa que las personas son confiables y responsables se fijarán ciertos procedimientos y rutinas de trabajo.

Las organizaciones con el trascurso del tiempo han ido incorporando acciones relacionados con la responsabilidad social empresarial y a través de ello se podrá mejorar la imagen e incrementar los ingresos económicos. Sin embargo, no esta tan clara la vinculación entre la RSE y percepción de los consumidores. (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional, 2011, pág. 63)

La responsabilidad social empresarial se la define como la manera activa y voluntaria de contribuir a mejoras sociales, económicas y medioambientales por parte de las empresas, con el fin de optimizar la posición competitiva y percepción en la sociedad; es decir que la RSE se constituye en una herramienta estratégica; sin embargo, la reputación es la percepción que tienen las personas, grupos y sociedad que tienen una relación con la organización. (Fresno, 2012, pág. 26)

1.12. Desempeño organizacional

Para poder obtener un desempeño eficiente por parte de las organizaciones es importante tener presente los siguientes aspectos expuestos por (Torres & et al, 2014):

Tabla 10: Características para el desempeño organizacional.

Características para el desempeño organizacional	
Objetivo claro	Enunciar un lenguaje claro, concreto es decir, de manera inequívoca.

Obtención de resultados de forma estructurada	El equipo define la estructura para el logro de sus objetivos acorde con los recursos necesarios para triunfar.
Miembros competentes	Los miembros poseen los conocimientos técnicos, las características personales y tienen un fuerte deseo de contribuir.
Unificados por el compromiso	Los miembros se apropian de un sentimiento de intensa dedicación e identificados con su equipo.
Clima de colaboración	Los trabajadores deben contar con funciones bien definidas y líneas de comunicación abierta, un clima de confianza.
Normas de excelencia	Se deben establecer y respetar las normas de alto rendimiento.
El apoyo externo y el reconocimiento	El equipo obtiene los recursos, es reconocido por los resultados y recompensado de forma individual con base en el éxito colectivo.
Principios de liderazgo	Los jefes dirigen bajo las normas de desempeño y desarrollan expectativas de excelencia para todos los miembros.

Fuente: Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012) Responsabilidad Social Empresarial
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

El éxito que puede tener la organización al alcanzar sus objetivos y también satisfacer sus obligaciones depende, en gran medida, de sus gerentes. Si sus gerentes realizan debidamente su trabajo, es probable que la organización alcance sus metas. (Desempeño gerencial y organizacional, 2015)

(Manene, 2010) El desempeño de las organizaciones es la medida de la eficiencia y eficacia, con que los administradores aprovechan los recursos, para satisfacer a los clientes, y alcanzar las metas de la organización. (p.2)

Las personas se constituyen en un factor importante para las organizaciones, ya que su percepción sobre aspectos concernientes con el ambiente de trabajo, condiciones laborales

con su compañero, jefes, tiene una relación directa con factores como el compromiso organizacional, satisfacción laboral, motivación y desempeño organizacional. (Carvajal et. al, 2013)

Como lo determinamos anteriormente el desempeño organizacional es fundamental para lograr los objetivos planteados y conseguir el éxito de la visión empresarial.

1.12.1. Medidas de desempeño organizacional

Estas medidas brindarán la información necesaria sobre el desempeño organizacional; ellas son:

1.12.1.1. Productividad organizacional

La gerencia quiere aumentar la proporción de la producción en la relación con los insumos, para ello se divide la cantidad de bienes o servicios producidos entre los insumos necesarios.

Rodriguez y Caldera (2010) expresan que la productividad es simplemente la relación entre los productos generados por un sistema y los insumos suministrados para crear esos productos. Los insumos en la forma general de trabajo (recursos humanos), de capital (financiero y físico), energía, materiales, etc. (p.137)

1.12.1.2. Efectividad organizacional

Se mide la idoneidad de las metas organizacionales y de que tan bien se las está cumpliendo.

Otra definición de efectividad organizacional dada por (Ruiz, 2015) establece que es la eficiencia con que una organización cumple con sus objetivos; esto significa, una organización que produce el efecto deseado o que es productiva sin pérdidas. (p.23)

1.12.1.3. La industria y las compañías según clasificaciones

Es una forma que tienen los gerentes para medir el desempeño organizacional, examinando las clasificaciones. (Sainz, 2014)

La evaluación del desempeño organizacional consiste en medir la capacidad de la organización que armoniza, se subraya los resultados individuales, grupales y de la propia

empresa, para poder evaluar es importante tener presente el proceso metodológico a emplear, ya que de ello se podrá determinar las conductas estratégicas en las competencias laborales contempladas para las diferentes áreas de trabajo (Cuesta y Valencia, 2014).

Sobre las bases de las ideas expuesta, se determina la importancia de evaluar el desempeño de una organización para poder conocer en qué aspectos está fallando que le impiden alcanzar las metas propuestas y así poder corregir a tiempo las desviaciones existentes para optimizar la productividad de la entidad.

Pimenta y Martínez (2014) expresan que “Otro aspecto a considerarse en la medición del desempeño organizacional es la obtención de información sobre los resultados derivados de la implementación de la estrategia organizacional, información sobre la competencia y otros factores de negocio” (pág. 53).

En definitiva, para poder obtener resultados eficientes de la medición de la evaluación, se deben obtener información real, confiable con ello se podrá garantizar sea óptimo para conocer los problemas e inconvenientes existente para dar solución a tiempo de los mismos.

Al llevar a cabo la evaluación de desempeño, se obtiene un gran efecto sobre el rendimiento laboral, pues no sólo es base para las decisiones de personal, remuneraciones, promociones entre otros, en su caso también se ve afectado la motivación de los empleados, que es pieza clave en su rendimiento y satisfacción. (Martínez, 2013)

De acuerdo a lo antes manifestado por el autor se afirma que al evaluar el desempeño laboral de podrá determinar las necesidades, inconvenientes que ostenta los empleados que le impiden llevar a cabo satisfactoriamente su actividad, factores que afectan a la rentabilidad, productividad de las empresas; por ello es importante efectuar constante control de las funciones que ejercen los trabajadores para poder corregir ciertos problemas que de seguir se verá afectada la integridad de la organización.

1.13. Marco legal en el Ecuador de la responsabilidad social

Lima (2012) expresa que las empresas para el cumplimiento de la RS podrían disponer de un marco jurídico que ordene el cumplimiento de prácticas socialmente responsables. Sin embargo, esto más bien limitaría mucho la acción organizacional. (p.42)

Para el caso ecuatoriano la legislación vigente está direccionada a cuatro dimensiones que pasan transversalmente por los cuerpos legales que a continuación se cita. Estos cuatro dimensiones son las siguientes:

1. Las que vinculan la relación con el medio ambiente.
2. Las que median entre el Estado, la sociedad y la empresa- terceras personas.
3. Las que regulan a los clientes/ usuarios – público externo – y la empresa.
4. Y las que intervienen en la relación trabajador – público interno – y empresa.

En el Ecuador mediante un estudio realizado se pudo apreciar que el 70% de las empresas y organizaciones gubernamentales consideran que el marco legal es favorable en ciertos casos, mientras que en otros es totalmente favorable a la Responsabilidad Social; lo cual se debe al esfuerzo llevados a cabo por el Gobierno Nacional por medio del Plan Nacional del Buen vivir. (Yturralde, 2014)

En Ecuador existe una plataforma de Responsabilidad Social que está conformada por entidades que unen esfuerzo para contribuir a la construcción del conocimiento en materia de responsabilidad social y con ello poder proporcionar, un aporte significativo en materia de transparencia, participación, democracia, acceso a la información verídica y espacios destinados para atender los requerimientos sociales como el control del ambiente. (Viteri, 2010)

CAPÍTULO II

CARACTERIZACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE LOJA

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) expresa:

La Zona de Planificación 7 se encuentra ubicada entre las coordenadas 3°30' y 5°0' de latitud sur y 78°20' y 80°30' de longitud oeste; limita al norte con las zonas 5 (provincia del Guayas) y 6 (provincia de Azuay, Cañar y Morona Santiago) al sur y oriente con Perú, al occidente con Perú y el océano Pacífico.



Figura 3: Ubicación

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Agenda Zonal

Elaborado por: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Agenda Zonal

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011) expone que “La provincia de Loja cuenta con 11.100 Km² aproximadamente, es decir, el 40% de la ZP7 y el 4% a nivel nacional, lo que significa que es la provincia de mayor territorio dentro de la Zona de Planificación”.

Según la división política actual esta provincia, tiene 16 catones y 92 parroquias: Loja (14 parroquias), Calvas (5 parroquias), Catamayo (5 parroquias), Celica (5 parroquias), Chaguarpamba (4 parroquias), Espíndola (7 parroquias), Gonzanamá (5 parroquias), Macará (4 parroquias), Paltas (8 parroquias), Puyango (6 parroquias), Saraguro (11 parroquias), Sozoranga (3 parroquias), Zapotillo (6 parroquias), Pindal (3 parroquias), Quilanga (3 parroquias), y Olmedo (2 parroquias). (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011)

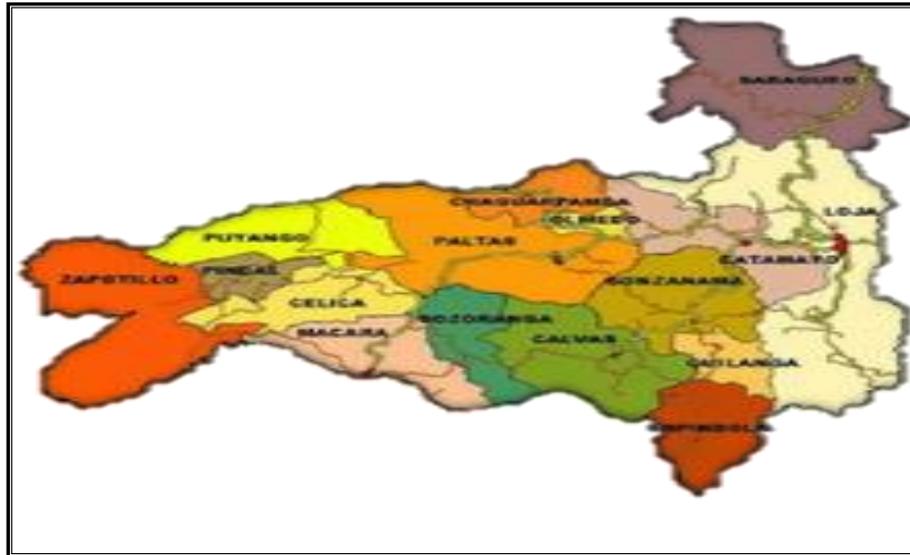


Figura 4: Mapa de la provincia de Loja

Fuente: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011)

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011)

Mediante la información obtenida del censo poblacional del 2010 realizado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se pudo conocer que existe un total de 448.966 habitantes en la provincia de Loja, datos que se describen en la siguiente tabla:

Tabla 11: Distribución de población

Cantones	Habitantes		Total
	Hombres	Mujeres	
Calvas	13.950	14.235	28.185
Catamayo	15.226	15.412	30.638
Celica	7.506	6.962	14.468
Chaguarpamba	3.734	3.427	7.161
Espíndola	7.598	7.201	14.799
Gonzanamá	6.390	6.326	12.716
Loja	103.470	111.385	214.855
Macará	9.649	9.369	19.018
Olmedo	2.422	2.448	4.870
Paltas	11.881	11.920	23.801
Pindal	4.502	4.143	8.645
Puyango	7.886	7.627	15.513
Quingala	2.221	2.116	4.337
Saraguro	14.123	16.060	30.183
Sozoranga	3.795	3.670	7.465
Zapotillo	6.441	5.871	12.312
Total	220.794	228.172	448.966

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Como se puede apreciar en el cantón de Loja existe un mayor número de habitante, seguido por Catamayo, Saraguro, y Calvas siendo los más representativos

2.2. Diagnostico económico de la provincia de Loja

El presente apartado permitirá tener una apreciación sobre aspectos económicos de la provincia de Loja, para lo cual a continuación se describe como está estructurada la población información obtenida de la página web del INEC.

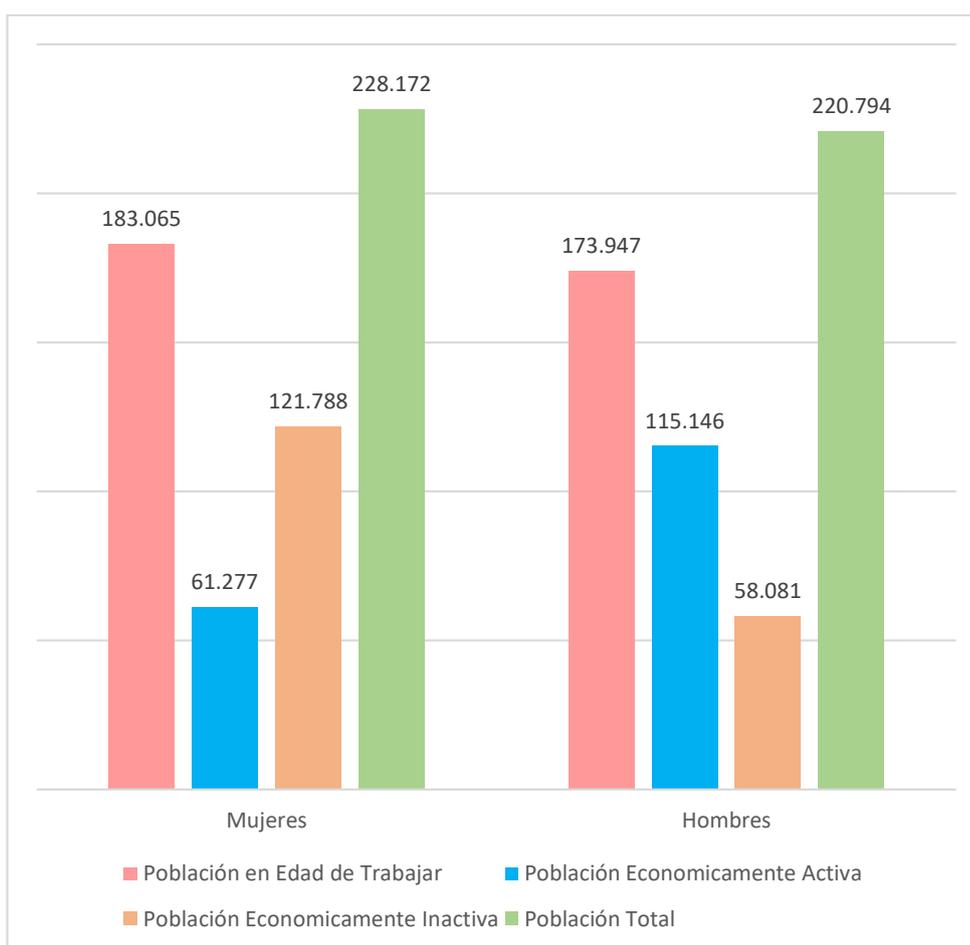


Figura 5: Estructura económica de Los habitantes de la provincia de Loja
Fuente: INEC (2010)
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

A través de la figura antes expuesta se puede apreciar que la Población Económicamente Activa (PEA) para la provincia de Loja está representada por la cantidad de 61.277 en relación al género femenino, mientras que en los hombres es de 115.146; es evidente que el sexo masculino es quien más aporta con la economía del país.

La Población Económicamente Activa se encuentra cumpliendo diversas labores en las diferentes ramas de actividades, siendo principalmente el comercio al por mayor y menor, seguido por la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, datos que se pueden apreciar en el siguiente gráfico.

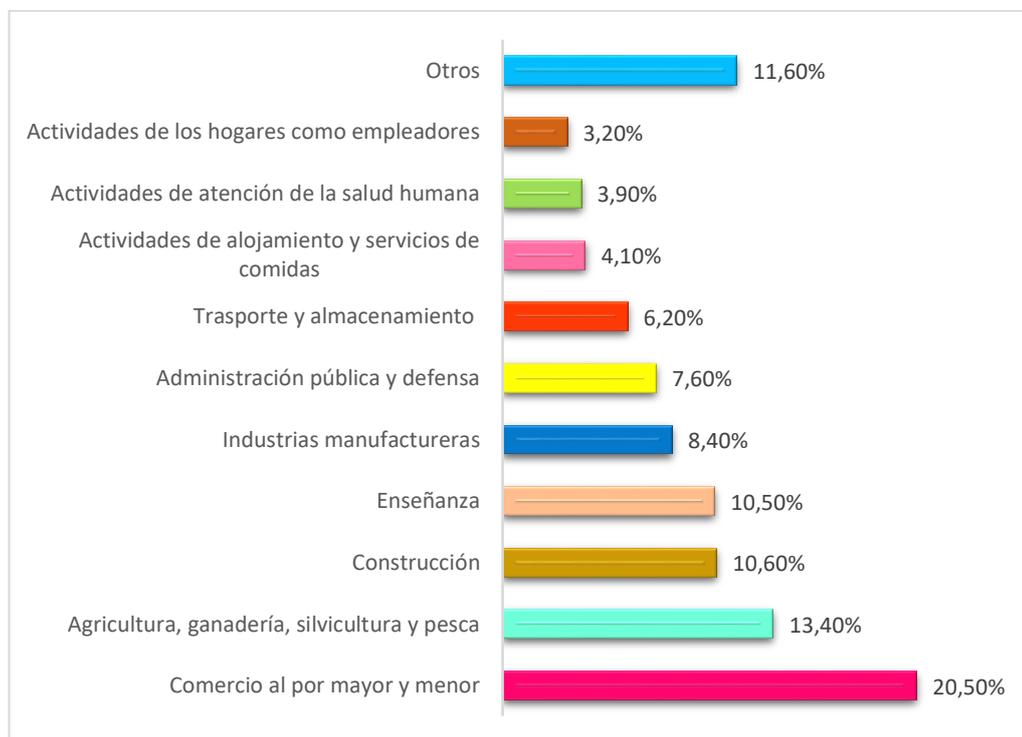


Figura 6: Población ocupada por rama de actividad

Fuente: SENPLADES (2014)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En la provincia de Loja los habitantes se mantienen económicamente activos gracias a la actividad comercial, es evidente que carecen de industrias que permitan generar mayores fuentes de trabajo y con ello poder mejorar el producto bruto interno del país.

2.3. Estructura empresarial del Ecuador

Las empresas pueden clasificarse por tamaño, teniendo en consideración el número de empleados, a continuación, se expone la siguiente clasificación (Cerverón & Ybarra, 2016):

- Microempresas: Son aquella que tiene de 1 a 9 trabajadores
- Pequeñas empresas: De 10 a 49 trabajadores
- Mediana empresa: De 50 a 249 trabajadores
- Grandes empresas: A partir de 250 trabajadores. (p.17)

En relación a la clasificación de las empresas el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013) expone la siguiente clasificación teniendo en cuenta las ventas anuales y el número de personas ocupadas en la organización, como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 12: Clasificación de las empresas

Tipo de empresa	Ventas anuales	Número de personas
Microempresa	\$ Menor a \$1000.000	1 a 9
Pequeña	\$100.001 a \$1.000.000	10 a 49
Mediana "A"	\$1.000.001 a 2.000.000	50 a 99
Mediana "B"	\$2.000.001 a \$5.000.000	100 a 199
Grande	\$5.000.001 en adelante	200 en adelante

Fuente: INEC 2013

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Las empresas ecuatorianas con el pasar del tiempo han evolucionado, se han incrementado, siendo esto beneficioso para el desarrollo económico de la sociedad y del país, ya que al existir mayor número de organizaciones incrementan las fuentes de trabajo, a continuación, se puede apreciar en la gráfica lo referido anteriormente.

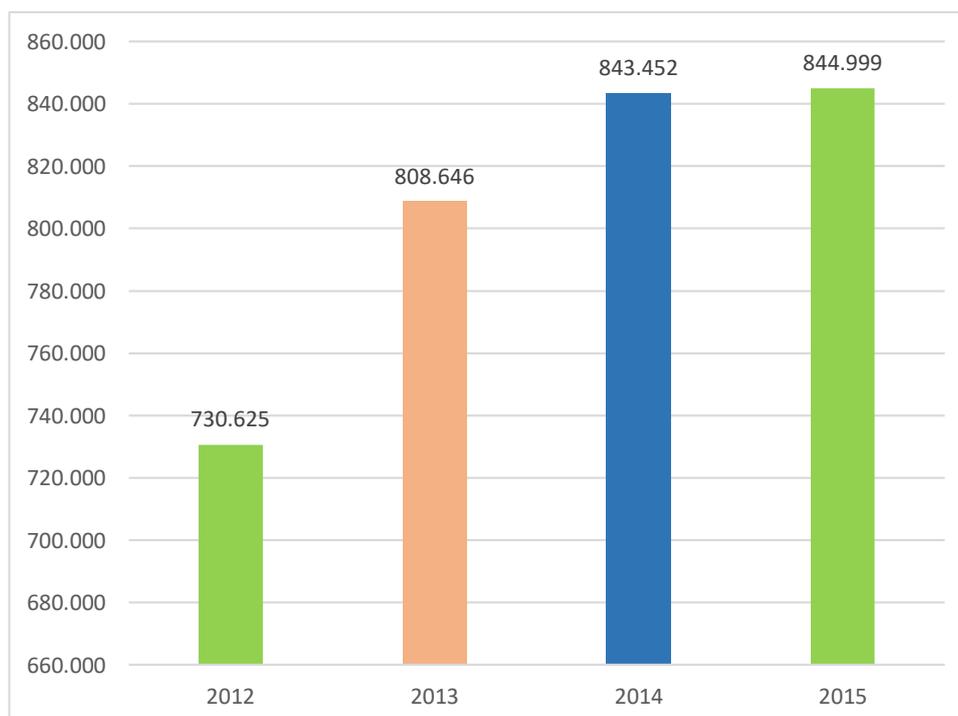


Figura 7: Evolución de las empresas ecuatorianas

Fuente: INEC 2015

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

La evolución que ha adquirido las organizaciones se deduce que se debe al apoyo que ha tenido últimamente por parte de entidades financieras a través de los préstamos que otorgan a los empresarios para sus actividades económicas.

La empresa del Ecuador se encuentra de la siguiente de acuerdo a su tamaño, datos que se describen en la siguiente tabla:

Tabla 13: Clasificación de las empresas en Ecuador

Forma institucional	Número de empresas	Porcentaje
Microempresas	764.034	90,42%
Pequeña empresa	63.480	7,51%
Mediana empresa "A"	7.909	0,94%
Mediana empresa "B"	5.357	0,63%
Grande empresa	4.219	0,50%
Total	810.272	100%

Fuente: INEC 2013

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

A través de la información suministrada por INEC se puede apreciar que en el Ecuador existe principalmente Microempresas siendo así un total de 764.034 lo que representa el 90,42% del total de las empresas a nivel nacional; es decir que gracias a la labor de estas entidades se contribuye al desarrollo económico, social y productivo del país.

Las organizaciones ecuatorianas se encuentran conformadas principalmente por el Régimen simplificado RISE lo que representa el 48,52%, seguido por las personas no obligadas a llevar contabilidad con el 35,27%, y sociedades con fines de lucro, y personas naturales obligadas a llevar contabilidad datos más representativos que se pueden evidenciar en la figura siguiente.

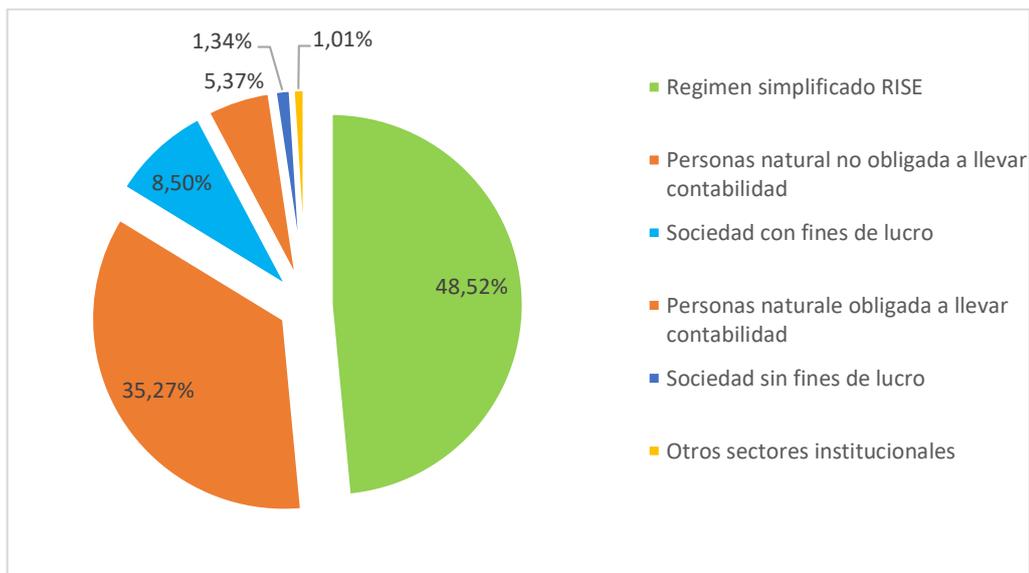


Figura 8: Forma institucional de las empresas ecuatorianas

Fuente: INEC (2015)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Para el año 2015 el sector empresarial ecuatoriano se encuentra estructurado principalmente por el servicio existiendo un total de 330.376 que representa un 39,10% seguido por la actividad del comercio con un total de 319.114 que equivale a un 37,77% y se encuentra la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un total de 89.751 lo que representa el 10,62%, siendo estos los sectores económicos más representativos que se aprecian en la siguiente figura:

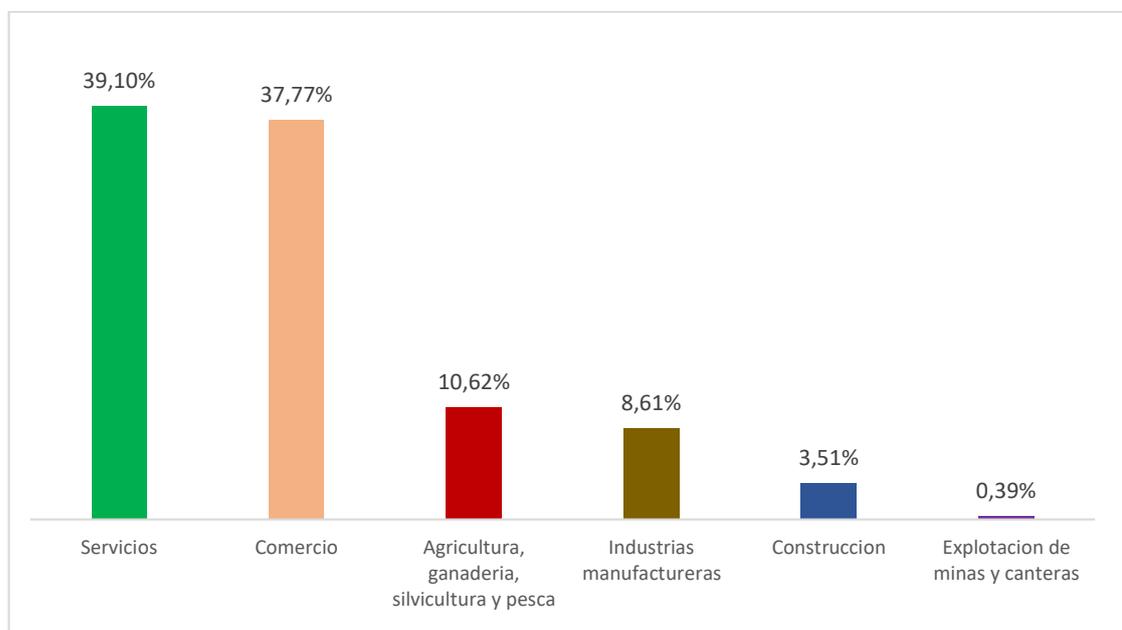


Figura 9: Empresas por sector económico

Fuente: INEC (2015)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En relación a la estructura de empresas por actividad económica para el año 2015 se pudo obtener la siguiente información que se puede apreciar en la figura siguiente:

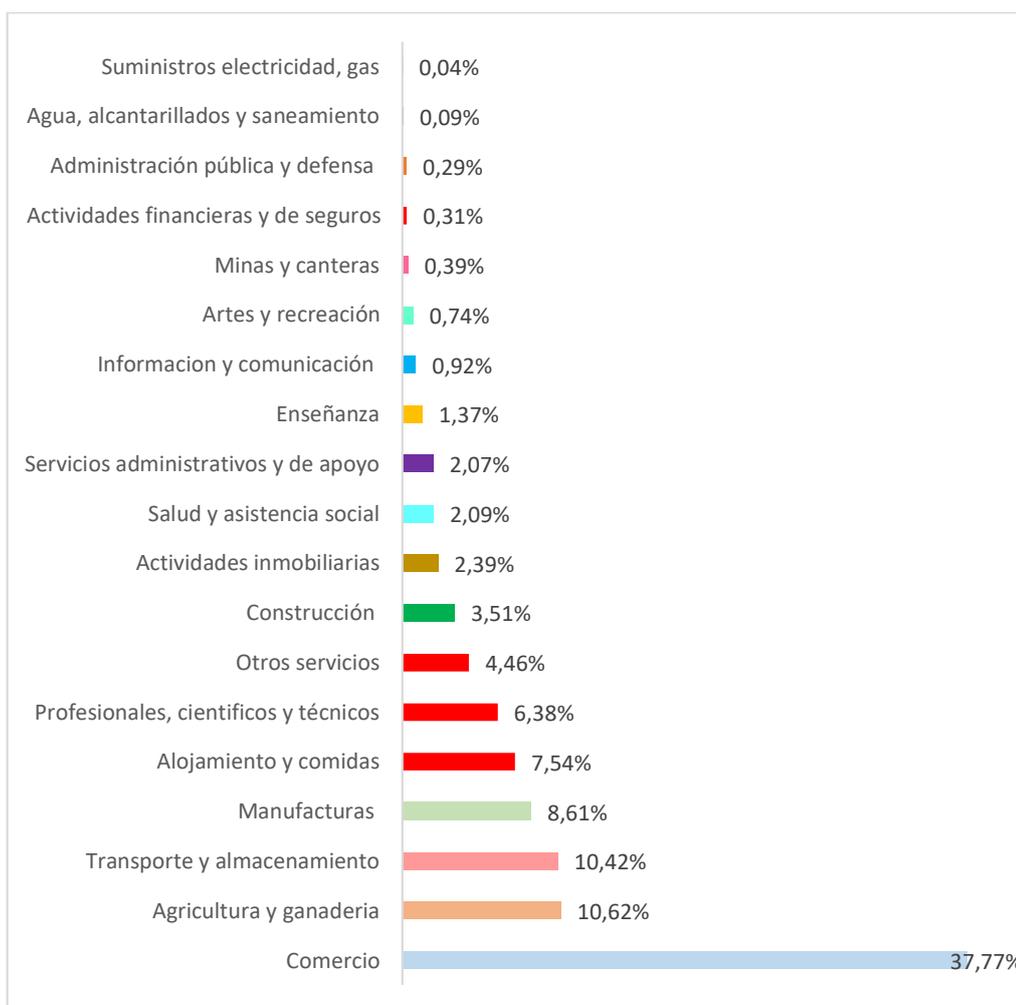


Figura 10: Estructura de empresas por actividad, económica

Fuente: INEC (2015)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

A través de la figura se puede apreciar que existen cinco actividades principales, en primer lugar se encuentra el comercio con un 37,77%; seguido por la agricultura y ganadería con 10,62%; como tercera actividad se halla el transporte y almacenamiento que equivale en 10,42% ; cuarto lugar se halla la manufactura que representa el 8,61% y finalmente como quinto lugar se sitúa el alojamiento y comida con un 8,61; todos estos rubros se constituyen en una actividad económica que concentran el 74,96% de empresas ecuatorianas.

De acuerdo a como se encuentran las empresas estructuradas de acuerdo a las provincias, se determinó que existen cinco principales como son Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay y Tungurahua donde se concentran el 62,12% de las empresas ecuatorianas, datos que se pueden observar en la figura.

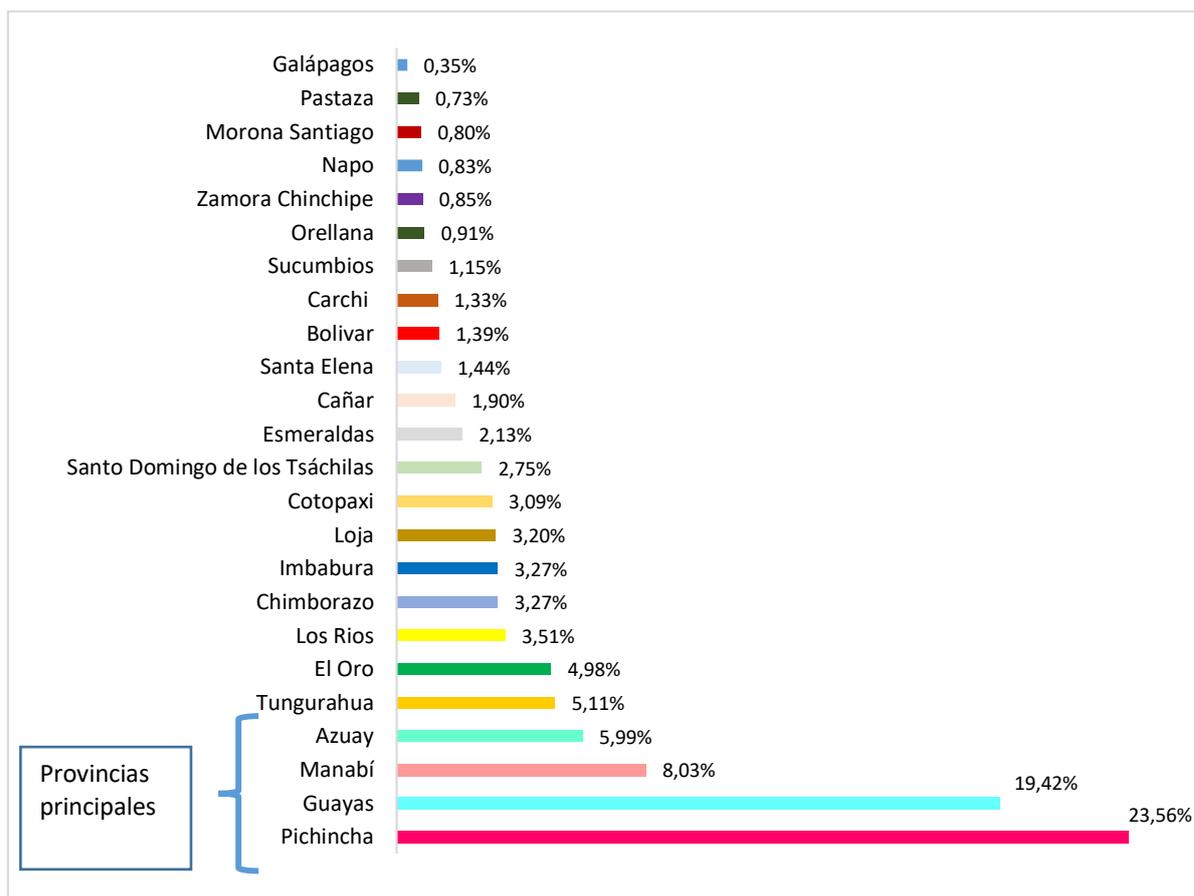


Figura 11: Estructura de empresas de acuerdo a las provincias de Ecuador

Fuente: INEC (2015)

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Como se puede apreciar la provincia de Loja se encuentran en el décimo lugar con un 3,20% después de las cinco provincias principales donde existen un mayor número de organizaciones.

2.4. Sectores productivos de la provincia de Loja

SENPLADES (2014) manifiesta que en la provincia de Loja existen un total de establecimientos económicos de 11.7 mil, lo que permite tener un ingreso en ventas de \$1.550 millones y un total de 42.2 mil personas.

Entre las principales actividades que generan mayores ingresos a esta provincia son el comercio al por mayor y al por menor-reparación de vehículos automotores con un 45,6%; actividades profesionales científicas y técnicas que equivale 16,90%; y, administración pública y el 8,90% que representa la actividad de defensa-planes de seguridad social de afiliación obligatoria.

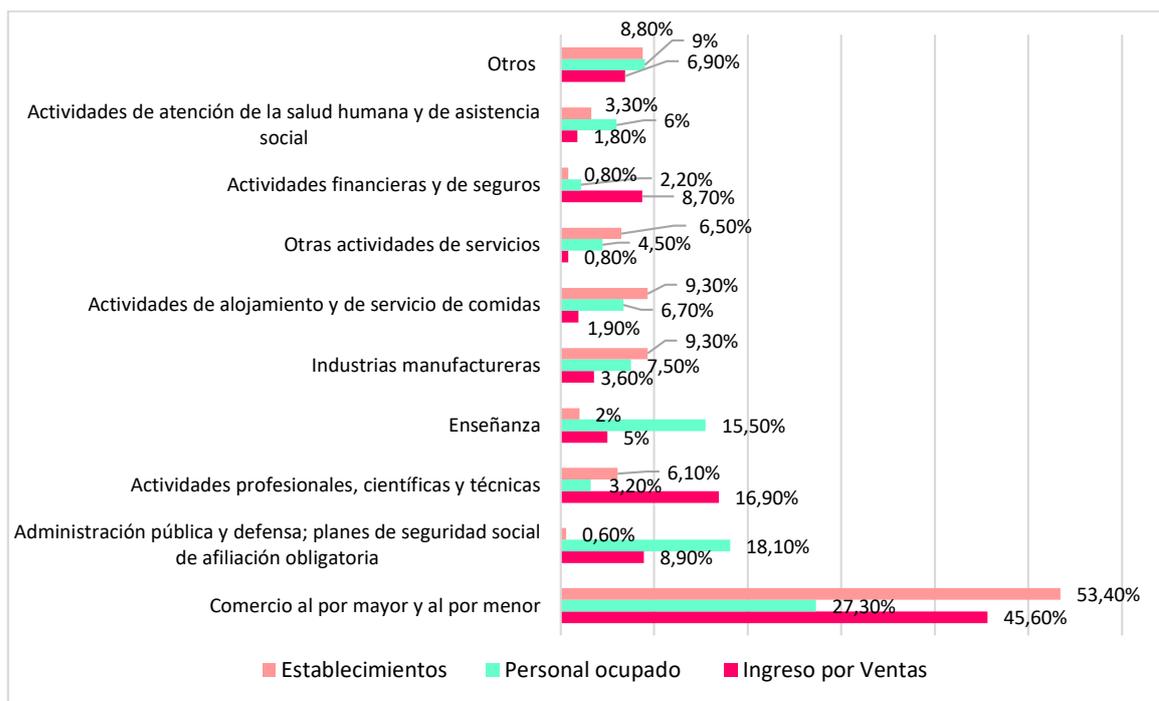


Figura 12: Actividades económicas
Fuente: SENPLADES (2014)
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Con respecto al número de empresas a nivel de la provincia de Loja se concentra en gran parte en el sector comercial con un 53,40%, seguido por la industria manufacturera que equivale al 9,30% y otros servicios con el 8,80%; estas son las principales actividades que aportan al desarrollo social, económico del sector. Siendo el comercio la actividad principal de la provincia de Loja, a continuación, se describe como esta estructura este sector de acuerdo al tamaño de empresa y la referencia en ventas.

Tabla 14: Tamaño de empresa del sector comercial

Tamaño de empresas	Número de empresas	Ventas
Microempresa	25.240	\$ 25.900.953
Pequeña empresa	1.512	\$359.624.764
Mediana empresa "A"	132	\$134.572.905
Mediana empresa "B"	103	\$222.127.565
Grande empresa	65	\$439.062.306

Fuente: INEC 2013
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Dentro del sector comercial existen mayores Microempresas en la provincia de Loja; pero también se puede apreciar que las grandes empresas a pesar de ser pocas, generan mayores ingresos en ventas.

2.5. Cantidad de empleos que genera el tejido empresarial de la provincia de Loja.

La provincia de Loja se encuentra conformada por diversas empresas que cumplen funciones en las diferentes actividades económicas, procesos en los cuales combinan la producción de bienes y servicios para atender los requerimientos de los clientes.

Para poder conocer de cuantos empleados disponen estas entidades de acuerdo a la actividad económica se hizo en referencia a la clasificación industrial Internacional Uniforme (CIIU); ya que ha sido utilizado ampliamente tanto en el plano nacional como internacional para clasificar los datos según el tipo de actividad económica en las estadísticas referentes a la producción o el ingreso nacional, empleo, población y otras estadísticas económicas. (Naciones Unidas, 2009)

En efecto a lo antes expuesto se describen las siguientes secciones (INEC, 2015):

- A. Agricultura
- B. Minas y canteras
- C. Manufacturas
- D. Suministro de energía
- E. Distribución de agua
- F. Construcción
- G. Comercio
- H. Transporte
- I. Alojamiento
- J. Información
- K. Financiera
- L. Inmobiliaria
- M. Científico técnico
- N. Administrativos
- O. Administración pública
- P. Enseñanza
- Q. Salud Humana
- R. Arte
- S. Otros servicios

A través de esta clasificación se pudo dar a conocer datos importantes sobre el tejido empresarial de la provincia de Loja; cuántas empresas conforman cada sección y el número de empleados, para lo cual fue necesario recabar información del directorio de empresas del INEC (2015):

Tabla 15: Número de empleados según el sector económico

Sector Económico	Tamaño de empresa	Empresas	Empleados
Agricultura (A)	Microempresa	3.478	542
	Pequeña empresa	55	262
	Mediana empresa "A"	7	71
	Mediana empresa "B"	3	53
	Grande empresa	1	434
Minas y Canteras(B)	Microempresa	336	108
	Pequeña empresa	10	101
	Mediana empresa "A"	1	0
	Mediana empresa "B"	1	106
Manufacturas (C)	Microempresa	2.117	2.254
	Pequeña empresa	60	654
	Mediana empresa "A"	6	162
	Mediana empresa "B"	4	203
	Grande empresa	7	782
Suministro de Energía (D)	Microempresa	9	10
	Pequeña empresa	9	36
	Grande empresa	1	464
Distribución de Agua (E)	Microempresa	21	26
	Pequeña empresa	1	25
Construcción (F)	Microempresa	773	951
	Pequeña empresa	114	836
	Mediana empresa "A"	4	129
	Mediana empresa "B"	5	281
	Grande empresa	4	950
Comercio (G)	Microempresa	9.602	4.520
	Pequeña empresa	674	2.348
	Mediana empresa "A"	56	479
	Mediana empresa "B"	56	830
	Grande empresa	17	811
Transporte (H)	Microempresa	2.409	2.557
	Pequeña empresa	90	393
	Mediana empresa "A"	7	72
	Mediana empresa "B"	1	26
	Grande empresa	4	2.040
Alojamiento (I)	Microempresa	1.839	1.730
	Pequeña empresa	63	772
	Mediana empresa "A"	1	61

Sector Económico	Tamaño de empresa	Empresas	Empleados
Información(J)	Microempresa	229	379
	Pequeña empresa	14	134
	Mediana empresa "A"	4	115
	Mediana empresa "B"	1	11
Financieras (K)	Microempresa	64	202
	Pequeña empresa	17	223
	Mediana empresa "A"	3	77
	Mediana empresa "B"	1	95
	Grande empresa	3	778
Inmobiliarias (L)	Microempresa	476	654
	Pequeña empresa	27	99
	Mediana empresa "A"	2	23
Científicas y Técnicas (M)	Microempresa	1.733	2.586
	Pequeña empresa	117	772
	Mediana empresa "A"	8	126
	Mediana empresa "B"	1	36
Administración (N)	Microempresa	463	533
	Pequeña empresa	27	542
	Mediana empresa "A"	1	105
	Mediana empresa "B"	2	905
Administración pública (O)	Microempresa	91	497
	Pequeña empresa	36	563
	Mediana empresa "A"	5	363
	Mediana empresa "B"	16	2.455
	Grande empresa	22	13.410
Enseñanza (P)	Microempresa	158	419
	Pequeña empresa	130	2.831
	Mediana empresa "A"	22	1.621
	Mediana empresa "B"	6	774
	Grande empresa	3	3.000
Salud Humana (Q)	Microempresa	391	650
	Pequeña empresa	37	555
	Mediana empresa "A"	5	228
	Mediana empresa "B"	6	850
	Grande empresa	2	959
Artes (R)	Microempresa	206	308
	Pequeña empresa	6	133
Otros servicios	Microempresa	845	803
	Pequeña empresa	25	458
	Grande empresa	1	92

Fuente: INEC 2015

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Gracias a las diferentes ramas económicas las empresas pueden proporcionar diferentes puestos de trabajo siendo esto beneficio para mejorar la economía de la sociedad.

2.6. Diagnóstico del tejido empresarial de la provincia de Loja con respecto a la responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial no tiene mucho tiempo dentro de las organizaciones ecuatorianas, sin embargo, es un aspecto que ha tomado gran importancia para la gestión del directivo debido a los beneficios de estas buenas prácticas, ya que están encaminadas a un desarrollo sostenible del país.

En un estudio realizado por Costa, Armijos, Paladines, y Martínez (2015) sobre el estado y tendencias de la Responsabilidad Social Corporativa en Ecuador mediante el análisis de caso: del cantón de Loja se pudo conocer que los tres sectores económicos (primario, secundario, y terciario) ostentan un alto nivel de conocimiento de los que es la RSE y establecen que implementan buenas prácticas con los diferentes grupos de interés; pero se destaca el sector primario en aplicar estas estrategias de gestión.

En una investigación realizada por Freire (2017) que tuvo por objetivo determinar la percepción que tienen los clientes acerca de la responsabilidad social corporativa en la banca privada de la ciudad de Loja, para lo cual fue necesario tomar como universo a los clientes del banco de Loja, Guayaquil, ProduBanco y banco Internacional. A través del análisis de resultado se determinó que los usuarios de estas entidades bancarias no tienen claro este significado es decir que la percepción es difusa.

La responsabilidad social empresarial en la corporación minera MINESADCO perteneciente al cantón Portovelo provincia de El Oro; es un estudio que vio necesario aplicar una encuesta a 30 familias de la comunidad, y 50 personas que trabajan en empresas mineras, dando a conocer que la entidad cumple con lo establecido por el Ministerio del Medio Ambiente; con respecto a lo social se encontró que las condiciones del lugar de trabaja y empleo son buenas, por tal motivo el investigador elabora un diseño de un modelo de RSE que permitirá al empresario poseer una guía para poder medir cuan responsable es la empresa. (Guevara, 2013)

Veintimilla,(2014) en su investigación denominada “Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en Pymes de la ciudad de Loja periodo 2013-2014”, aplicó dos modelos de encuestas que se emplearon a los empresarios y a los empleados de la Pymes de la ciudad de Loja; de dicho proceso se pudo conocer que la mayoría saben a lo que se refiere la RSE, sin embargo, hace falta implementar estas estrategias en la actividad

económica. En conclusión, se evidencia que, en las Pymes de la ciudad de Loja, hace falta involucrarse con la RSE para que las organizaciones se constituyan organizaciones socialmente responsables.

Con respecto a un estudio denominado “Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para el complejo turístico Aguamanía del cantón Catamayo desarrollando en el segundo semestre del 2014” llevado a cabo por Cueva (2015) donde se aplicó una entrevista y una encuesta que le permitió determinar lo necesario que es implementar estrategias que ayuden a cumplir con los programas de RSE con el fin que la organización logre un desarrollo sostenible y sustentable para la organización.

En un estudio realizado para conocer la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Minera La Vega del sector de San Francisco en la Ciudad y provincia de Loja se pudo conocer que la entidad no está vinculada con el tema de RSE, referente a los aspectos ambientales no se cumplen por el hecho de que están en búsqueda de los certificados de ambiente y de calidad es decir no es una organización competitiva; y , con respecto a lo social se determinó que las condiciones de trabajo no son muy buenas y no se apoya a proyectos comunitarios. (Hidalgo, 2012)

Una investigación realizada por Guarnizo (2016) denominada “Diseño de un modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, año 2015” permitió conocer que el hotel elabora memorias sostenibles donde se puede apreciar información sobre el desenvolvimiento económico, social y ambiental; así mismo se diseñó un balance social con el fin de contribuir a la medición y evaluación de la RSE, en la entidad de alojamiento, permitiendo tomar las mejores decisiones para fortalecer la sostenibilidad.

Atendiendo estas consideraciones se deduce que en la provincia de Loja todavía hace falta reforzar el conocimiento sobre la RSE, así como la difusión por parte de la organización hacia los clientes, de manera que influya positivamente en la imagen empresarial.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3.1. Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizaron los siguientes métodos:

Método deductivo

“Es el más propio de las ciencias formales, consiste en ir de lo general a lo particular, mediante el uso de argumentos, se utiliza la lógica para llegar a conclusiones, a partir de determinadas premisas” (Zarzar, 2015).

Se utilizó el método deductivo con el fin de poder guiarse de lo general a lo particular; es decir de las empresas directamente a los empleados.

Método exploratorio

“El método exploratorio consiste en precisar en mayor grado o ampliar el conocimiento del tema objeto de estudio; es decir permite definir mejor los conceptos empleados en la investigación” (Trespacios, Vázquez, Ballina, y Suárez, 2016).

A través del presente método se pudo recoger, organizar, presentar, generalizar los resultados obtenidos de la investigación.

Método estadístico

El método estadístico consiste en el proceso de recolección, proceso, presentación y análisis de los datos. Aporta las técnicas necesarias para resumir, mostrar y analizar la información obtenida de una población estudiada (Borda, Tuesca, y Navarro, 2014, pág. 10).

A través de este método se pudo representar la información obtenida de la encuesta aplicada a las empresas activas en la provincia de Loja, a través de los diversos cálculos y representaciones gráficas para su posterior análisis e interpretación.

Método analítico

El presente método permite analizar, desintegrar, descomponer un todo en sus partes para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, así como las relaciones entre sí y con el todo (Ibáñez, 2015, pág. 162).

Con respecto al método analítico permitió realizar un análisis de la información obtenida del proceso investigativo para determinar los principales inconvenientes y poder explicar y comprender su comportamiento.

Método descriptivo

Permite describir y explicar la realidad objeto de estudio dando repuesta a cuestiones de carácter más cuantitativo. Se parte de una muestra suficientemente grande de la población para obtener resultados extrapolables a la misma mediante pruebas y análisis estadísticos (Trespalcios, Vázquez, Ballina, y Suárez, 2016).

Se utilizó para definir, clasificar y caracterizar el objetivo de estudio, lo que permitió generar estudios cualitativos o cuantitativos; además permitió describir las características de la población en estudio. La descripción se manifestó en frecuencias, promedios y cálculos estadísticos.

La técnica utilizada para el desarrollo de la presente investigación fue **la encuesta**, elaborada por parte del investigador, la misma que permitió la recolección de información en enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial y la percepción que tienen los empleados frente a estas prácticas.

La encuesta fue elaborada según la escala de Likert, tomando en cuenta la necesidad según el tema establecido, codificada de la siguiente manera: **1.** Totalmente en desacuerdo, **2.** En desacuerdo, **3.** Ni de acuerdo ni en desacuerdo, **4.** De acuerdo, **5.** Totalmente de acuerdo.

Como fuente de desarrollo de la investigación se utilizó, Software Excel y SPSS estadístico avanzado, los que permitieron la tabulación de datos y elaboración de gráficas para el análisis respectivo.

3.2. Población

La población se estimó a partir de la base de datos de la Superintendencia de Compañías del 2015, tomando en cuenta que se encuentren registradas, de forma activa, de todo tamaño y número de empleados. Exceptuando los empleados de las empresas públicas, las empresas bancarias y de seguros y fundaciones.

Las empresas activas en la Provincia de Loja con un total de 927, repartidas por los 16 cantones correspondientes, simplificando la selección de las mismas a través del proceso aleatorio donde cualquiera posee la capacidad de ser seleccionada como empresa pequeña, mediana o grande.

El objetivo de estudio de la presente investigación es dirigido directamente a la percepción de los empleados de las empresas activas de la Provincia de Loja, identificado la existencia de 6351 empleados distribuidos en las diferentes empresas de Loja.

3.3. Muestra

De esta población total conocida (6351 empleados) se procedió a aplicar la fórmula para obtener la muestra aleatoria simple:

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * P * q}$$

En donde:

N: Total de la población

Z²: 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

P: probabilidad a favor en este caso del 5% o 0.05

q: probabilidad en contra en este caso del 5% o 0.05

e²: precisión en este caso del 5%

Aplicando la presente fórmula en el trabajo de investigación la muestra quedara de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 6351}{0,05^2 (6351 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{6.099,50}{16,84}$$

$$n = 362$$

3.4. Aplicación de encuestas

Las empresas activas objeto de estudio de la presente investigación se distribuyen en los 16 cantones que conforman la provincia de Loja, cada una de ellas genera trabajo a una cantidad de empleados.

En los cantones de Sozoranga, Chaguarpamba, Quilanga y Olmedo no se procedió a realizar levantamiento de información debido a que no represento un nivel significativo sobre la muestra, ya que es muy limitada en relación con la proporción del total poblacional y no llega en conjunto los cuatro cantones al 1% del total, por tal motivo no se realizó ninguna encuesta.

A continuación, se presenta la clasificación de las encuestas aplicadas según la cantidad de empleados en cada empresa.

Tabla 16: Empresas de la Provincia de Loja

Cantones	Empresas	Empleados	Encuestas
Loja	726	5265	300
Catamayo	47	821	47
Saraguro	35	50	3
Puyango	20	36	2
Macara	14	30	2
Calvas	23	27	2
Zapotillo	12	26	1
Espíndola	12	20	1
Gonzanama	7	18	1
Pindal	7	13	1
Paltas	8	13	1
Célica	7	13	1
Total	927	6351	362

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Autor: Bermeo Jaramillo, José.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Descripción de resultados

El presente capítulo investigativo hace referencia a los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, información relevante para un análisis sobre la percepción que tiene cada uno de los empleados de las empresas investigadas. En la descripción de resultados se podrá conocer en una primera instancia datos generales sobre los empleados de las empresas de la provincia de Loja, tales como género, edad y años de servicio.

Adicionalmente aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial; donde se hace referencia a información sobre si conocen que es RSE, la importancia, su participación en programas de RSE, y si influyen la RSE en las empresas. Sobre la empresa conocimientos como MVV, códigos de ética, grupos de interés, comunicación empresarial, políticas de bienestar, convenios con organismos públicos, sobre la relación con los grupos de interés, la existencia de compromiso con la sociedad, mejoras económicas, compromiso empresarial, mejoras en el ambiente laboral, nuevas ideologías.

Con respecto a las prácticas de RSE en la empresa se determinó cuáles son las motivaciones para establecer dichas prácticas como; compromiso con la sociedad y sus involucrados, conservación ambiental, mejoras en las retribuciones económicas, aumentar la productividad empresarial, los resultados esperados al aplicar la RSE en la empresa como mejorar la imagen empresarial, mayor capacidad de estabilidad laboral de los empleados, entre otros; las dificultades al aplicar la RSE en la empresa pueden ser falta de experiencia, falta de asesoramiento, gastos elevados, etc.; las oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa como mejor rendimiento corporativo, aumento de clientes, etc.

La percepción de los empleados frente a las prácticas de RSE cumple con el objetivo general de la presente investigación al aportar con información sobre si la empresa valora las contribuciones de su personal, la empresa muestra poca preocupación por los empleados, el compromiso del personal, el compromiso que tienen con la empresa, etc.

A continuación, se describe la información obtenida de las preguntas introductorias realizadas a los empleados de las empresas de la provincia de Loja.

Género

Con la presente interrogante se podrá conocer el número de hombres y mujeres que se encuentran laborando en las diferentes empresas de la provincia de Loja.

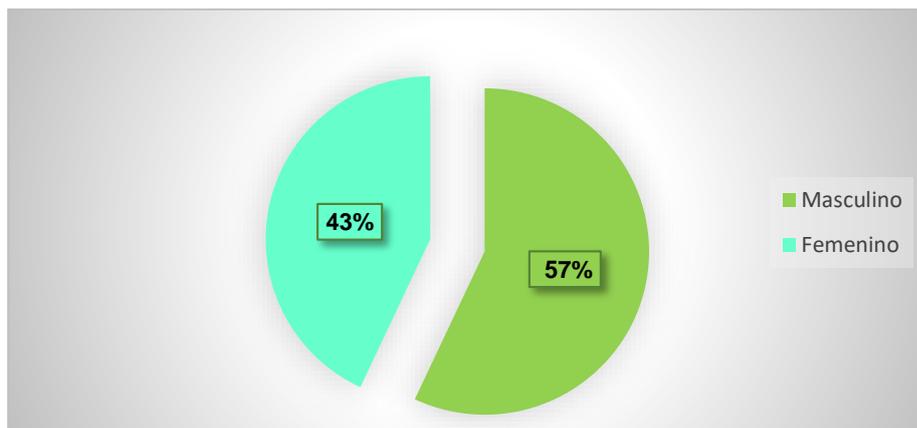


Figura 13: Sexo

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Como se puede observar en la provincia de Loja los hombres con un 57% son quienes ocupan principalmente el puesto de trabajo de las empresas; sin embargo, no existe mucha diferencia entre el género femenino con un 43%.

De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que en la actualidad hay igual de oportunidades entre ambos sexos ya que en ciertas instituciones el género femenino se encuentra cumpliendo funciones destacadas en la dirección.

Edad

En la siguiente figura se determina la edad de los empleados de las empresas de la provincia de Loja, para ello se catalogó rangos de edad.

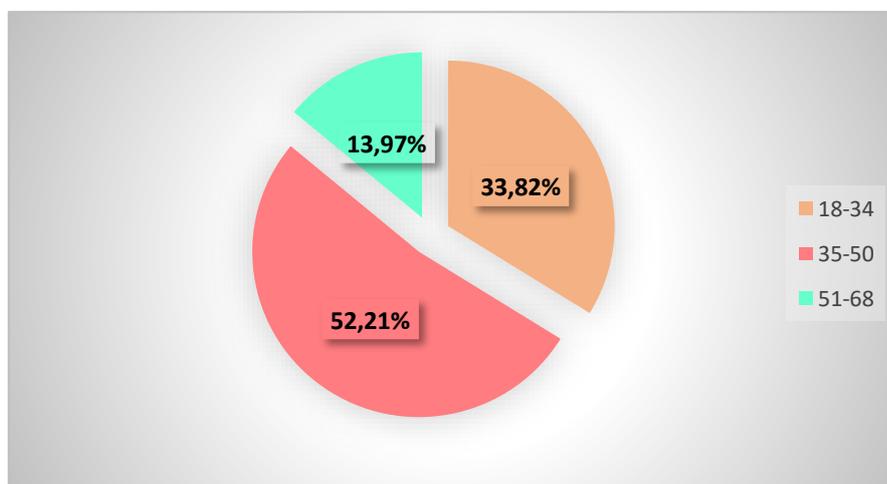


Figura 14: Edad

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Con respecto a la edad de los trabajadores de las empresas de la provincia de Loja, se puede apreciar que con 52,21% se destacan aquellas personas que ostentan entre 35 a 50 años, seguido el 33,82% de 18 a 34 años y con un 13,97% los empleados de 51 a 68 años.

Es evidente que las organizaciones optan por contratar un personal de trabajo experimentado, con la finalidad de evitar inconvenientes por falta de conocimientos en el área de trabajo.

Años de servicio

La presente interrogante es importante para conocer los años de labor de los empleados en la empresa y poder relacionar el nivel de conocimiento que tiene referente a la entidad.

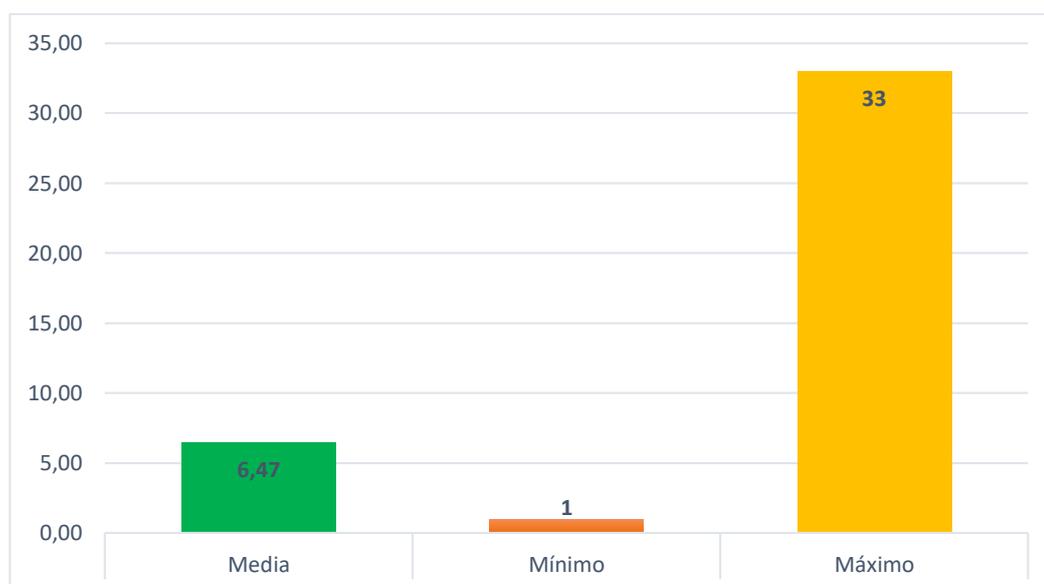


Figura 15: Tiempo de servicios en la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En la figura 15 contiene información referente a los años de labor en la empresa, para tal caso se determinó realizar un cálculo de valores máximo, mínimo y media de los años proceso realizado ya que es una interrogante abierta de tal manera que permitió establecer que la media es 6,47 años; en virtud se determina que posee suficiente información de la organización necesaria para la investigación.

Como segunda parte del cuestionario se establecen interrogantes necesarias para conocer sobre la percepción que tienen los empleados de las empresas de la provincia de Loja, con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

Preguntas de conocimiento

Dentro de este aspecto se detallan aquellas preguntas para conocer sobre el nivel de conocimiento que tienen los trabajadores sobre la RSE.

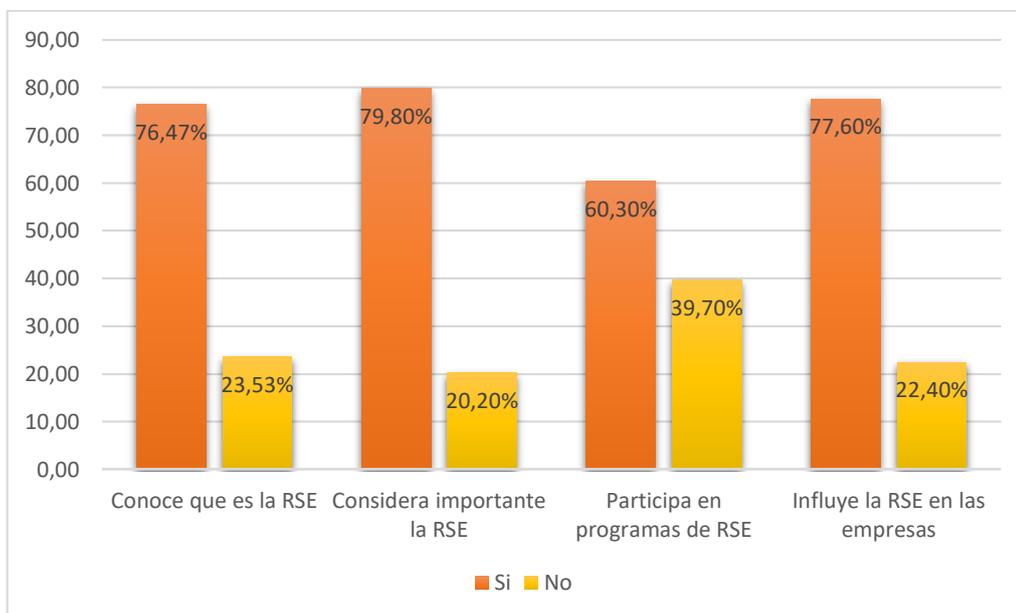


Figura 16: Conocimiento de la RSE

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Con la presente figura se puede evidenciar que los trabajadores en su mayoría tienen conocimiento sobre la RSE (76,47%), en un 79,80% consideran importante la implementación de las buenas prácticas para la organización, también manifiestan en un 60,30% que han participado en estos programas y el 77,60% consideran que influyen en el desempeño de la entidad.

En relación a los datos expuestos se pone en consideración que los empleados de las empresas de la provincia de Loja, en la mayoría cuentan con un adecuado conocimiento sobre la RSE; sin embargo, es importante que cada una de estas organizaciones implementen adecuados medios de divulgación de información al personal de trabajo con el fin que contribuyan a formar una organización sostenible.

1. Valores y transparencias empresariales

De acuerdo a los resultados obtenidos dentro de este aspecto se pudo determinar como esta, la organización llevando a cabo la acción de informar a la sociedad y al personal de trabajo.

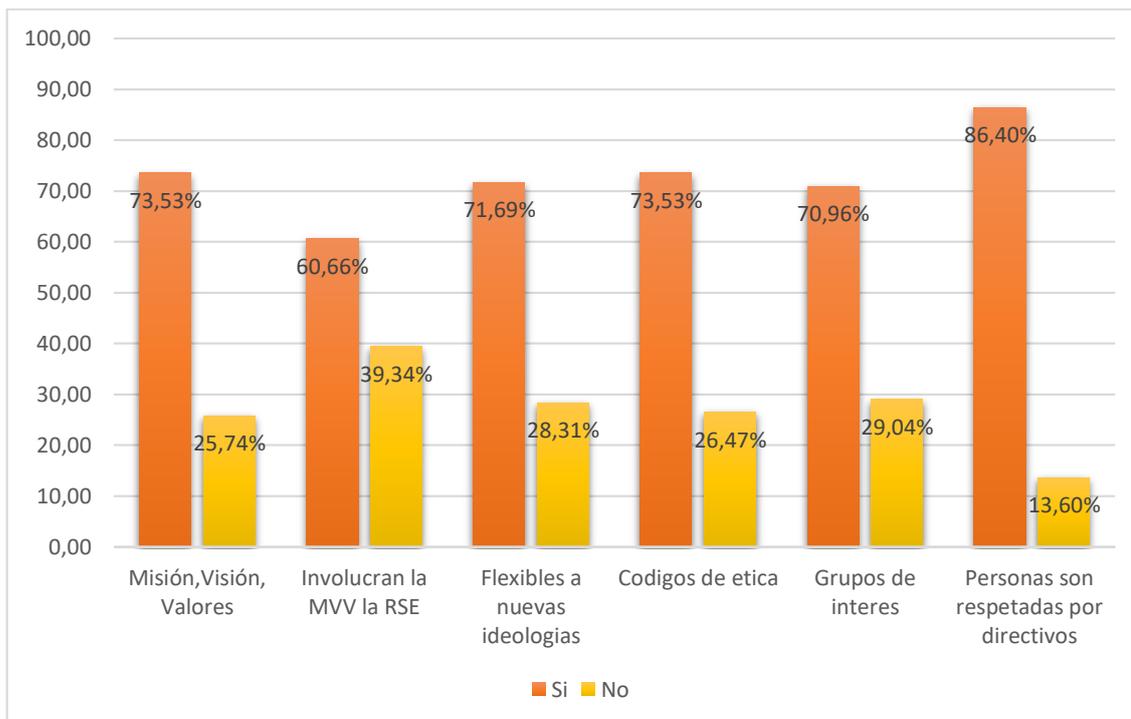


Figura 17: Valores y transparencia empresarial

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Con la investigación realizada se puede apreciar que en la provincia de Loja el 86,40% de los empleados manifiestan que las personas involucradas con la entidad son respetadas por los directivos; un 73,53% expresan conocer claramente la misión, visión y valores, así también manifiestan que la empresa cuenta con códigos de ética y valores formales. A demás el 71,69% consideran que la filosofía empresarial es flexible ante nuevas ideologías de los empleados; el 70,96% enunciaron que la entidad difunde su compromiso con los grupos de interés por distintos medios existentes y finalmente el 60,66% opinaron que la misión, visión y valores involucran a la RSE.

De acuerdo a la información obtenida de los empleados de las entidades investigadas se puede apreciar que las organizaciones a nivel de la provincia de Loja, poco a poco van introduciendo ciertas prácticas de RSE dentro de sus actividades; pero es importante de ir reforzando estas acciones con el fin que contribuyan a un desarrollo sostenible de la sociedad e incrementar la rentabilidad económica de las empresas.

2. Relación con los grupos de interés (Stakeholders)

A través de esta interrogante se podrá determinar aspectos concernientes de cómo se están relacionando las empresas con los grupos de interés, aspecto relevante dentro de la Responsabilidad Social empresarial; a continuación, se describen los resultados.

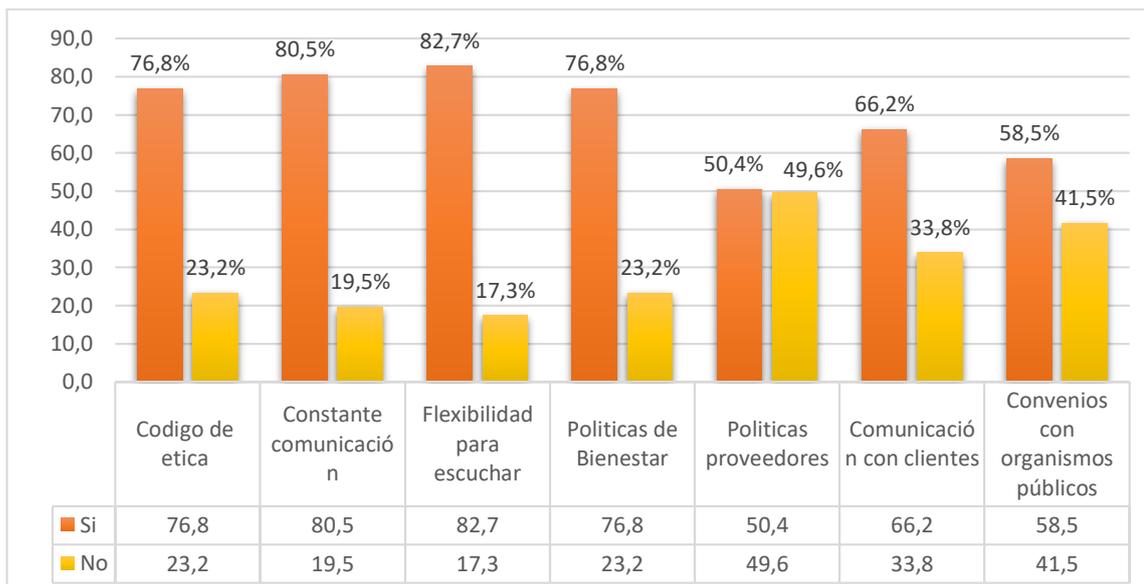


Figura 18: Relación con los Stakeholders

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

A través de la figura N° 18 se puede apreciar que el 76,8% manifestaron que la organización cuenta con un código de ética y normas que les impide divulgar los defectos de la competencia con el fin de poder promover sus productos o servicios; así también exponen un 80,5% que los directivos mantienen una comunicación entre los grupos responsables de procesos, productivos, servicios para responder cualquier solicitud de la parte interesada; el 82,7% expresaron que la entidad cuenta con un mecanismo de comunicación flexible para atender las sugerencias de los empleados con el fin de mejorar los procesos internos, el 76,80% por su parte enunciaron poseer políticas relacionadas con el bienestar de la sociedad otorgándoles beneficios adicionales a los establecidos por la Ley; con respecto si cuenta con políticas/normas de RSE en donde se involucre a los proveedores para el comportamiento éticamente correcto se pudo conocer que el 50,4% expresaron que sí y por otro lado el 49,60% expresaron que no; por otra parte el 66,2% opinaron que se mantienen en constante comunicación con sus clientes con la finalidad de ofrecer y garantizar un mejor servicio o producto, y finalmente el 58,5% expresaron que tienen convenios con organismos públicos con la finalidad de mejorar la calidad de trabajo, enseñanza, salud e infraestructura; incentivando un mejor desempeño laboral.

Como se puede evidenciar la mayoría de empresas posee una adecuada relación con los grupos de interés siendo esto beneficios para las organizaciones ya que les permite mejorar la productividad, atender los requerimientos de los clientes para aprovechar las oportunidades del mercado, buscar el bienestar de la sociedad e incrementar la rentabilidad económica.

3. Motivación para establecer prácticas de RSE en la empresa

A continuación, se podrá conocer sobre las razones que motivan a los empleados para que las organizaciones implementen acciones de RSE.

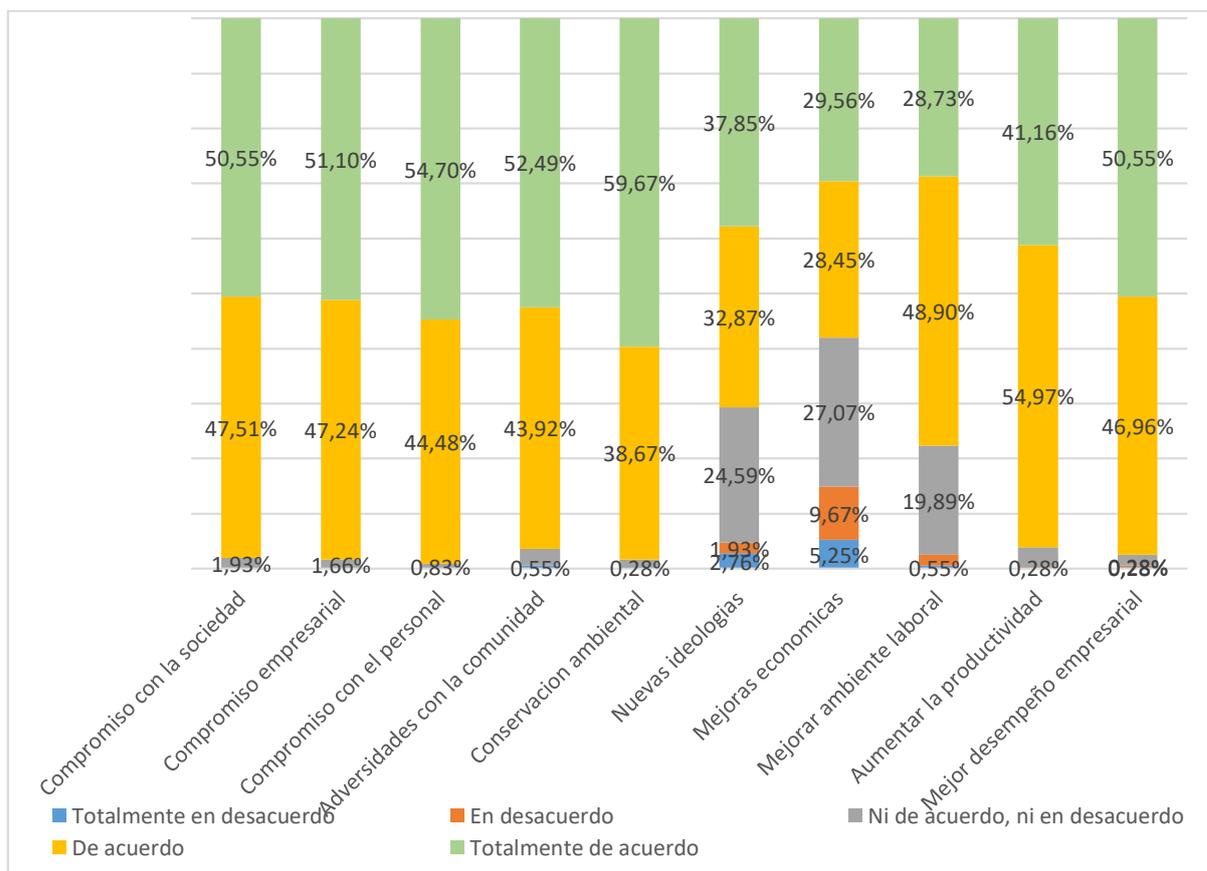


Figura 19: Razones para implementar prácticas de RSE en la empresa
Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Con la investigación realizada a los empleados de las empresas de los diferentes cantones de la provincia de Loja, donde se puede apreciar que la mayor parte de empleados encuestados respondieron totalmente de acuerdo y de acuerdo, estableciendo en las variables de la conservación ambiental con un 59,67%, el compromiso con el personal con el 54,70%, el evitar adversidades con la comunidad con el 52,49% y el compromiso empresarial con el 51,10%, las cuales se constituye en una de las razones más relevantes para establecer las prácticas de RSE. Sin embargo, las mejoras económicas con el 27,07%, las nuevas ideologías el 24,59% y las mejoras del ambiente laboral con el 19,89%, en la variable de ni de acuerdo ni en desacuerdo logrando un porcentaje considerable, esto puede darse por el pensamiento tradicionalista que tienen los empleados y la falta de cambios en la empresa.

Es evidente que los empleados están totalmente de acuerdo que las organizaciones implementen estas buenas acciones de responsabilidad social; es decir que tienen una

percepción positiva de estas prácticas, ya que permite obtener beneficios en el desempeño, productividad, estabilidad y en termino económicos.

4. Resultados esperados al aplicar la RSE en la empresa

En la siguiente figura se puede apreciar aspectos relacionados sobre los resultados que esperan obtener los empleados con las RSE

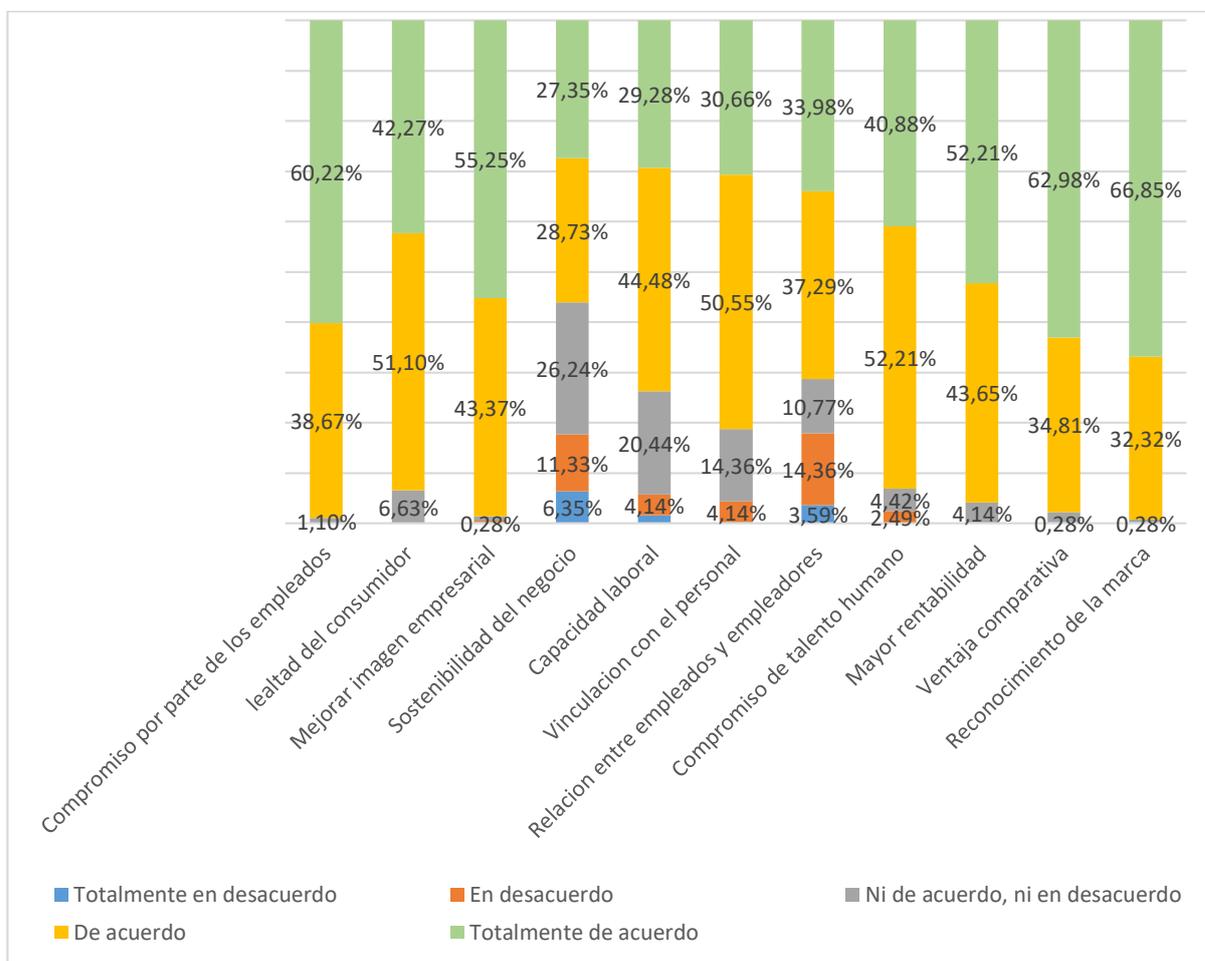


Figura 20: Resultados esperados con las prácticas de RSE en la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Para poder llevar a cabo la presente interrogante se establecieron diversos ítems donde los empleados marcaron las opciones de totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en todas las variables, logrando así considerar que los resultados esperados con las prácticas de RSE en la empresa son muy favorables, siendo así que los aspectos de reconocimiento de la marca, generan una ventaja comparativa en la empresa, el compromiso por parte de los empleados y la mejor imagen empresarial, son los objetivos fundamentales que se esperaría al aplicar estos programas. Sin embargo, en la variable de sostenibilidad del negocio la opción de respuesta, ni de acuerdo ni en desacuerdo, se encuentra con el 26,24%, esto puede darse

en el pensamiento de los empleados debido a que realizar programas de RSE no asegura a las empresas tener solvencia y estabilidad.

Es evidente que al estar de acuerdo que se lleven a cabo en las empresas las prácticas de RSE los empleados desean obtener mayor reconocimiento, competitividad, rentabilidad; pero también deben buscar la lealtad de los clientes ya que son quienes permiten la continuidad y progreso de la organización.

5. Dificultades al aplicar la RSE en la empresa

Con respecto a las dificultades que presentan las organizaciones para implementar las acciones de RSE en la provincia de Loja se puede evidenciar los siguientes aspectos que se describen en la siguiente figura:

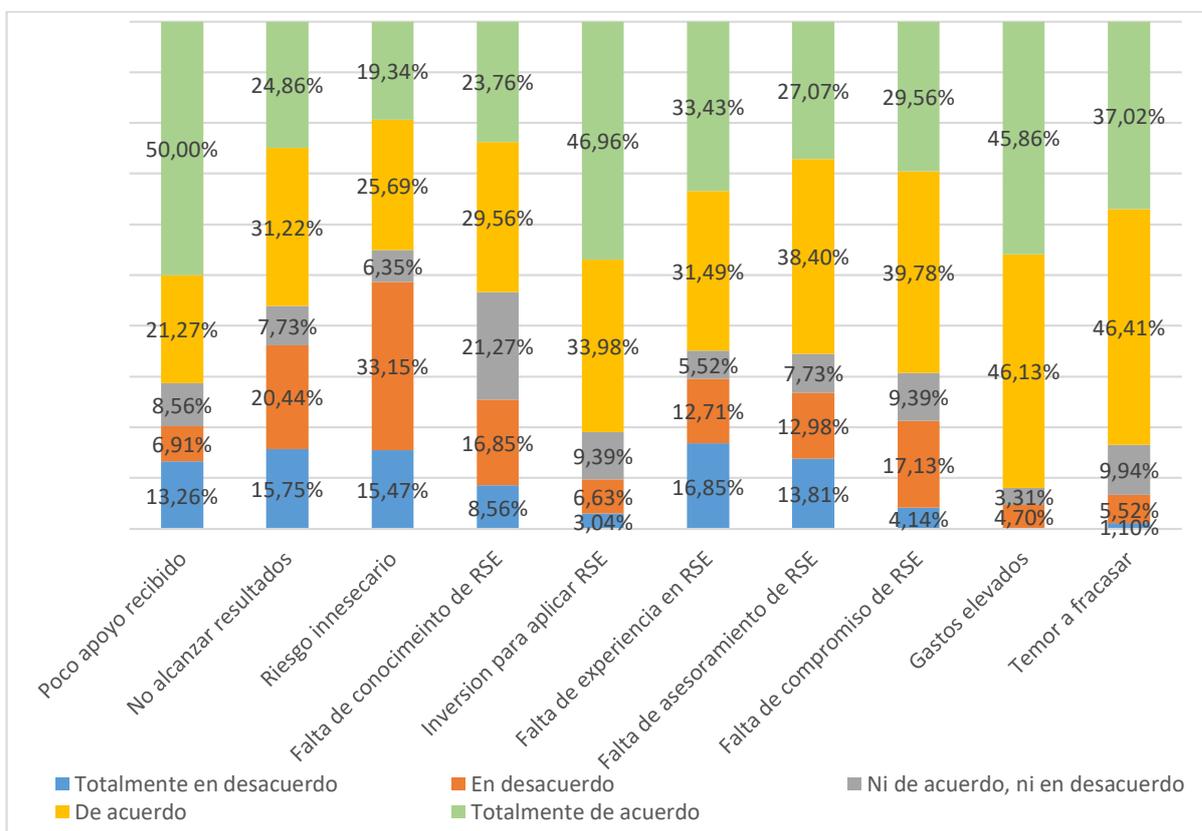


Figura 21: Dificultades de aplicar la RSE en la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Para la presente interrogante se determinó que los empleados están totalmente de acuerdo y de acuerdo en todas las variables expuestas; por ello en la figura 21 se puede apreciar que las principales dificultades que atraviesan las organizaciones para implementar estas acciones socialmente responsables son los gastos elevados, seguido por el temor a

fracasar, la inversión económica que esta dignifica y la falta de asesoramiento para aplicar programas de RSE.

Como se ha venido evidenciando los empleados conocen de los beneficios que tienen las organizaciones al implementar acciones de RSE, pero si es verdad para lograr estas buenas acciones las empresas deben a travesar por diversas dificultades que en algunas ocasiones impiden su continuidad y resultados esperados, por ello es importante ser persistente ya que los cambios ocasionan inconvenientes, pero hay que saber superarlos estratégicamente.

6. Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa

Entre las oportunidades que brinda la Responsabilidad Social Empresarial son la siguientes que se observan en la figura.

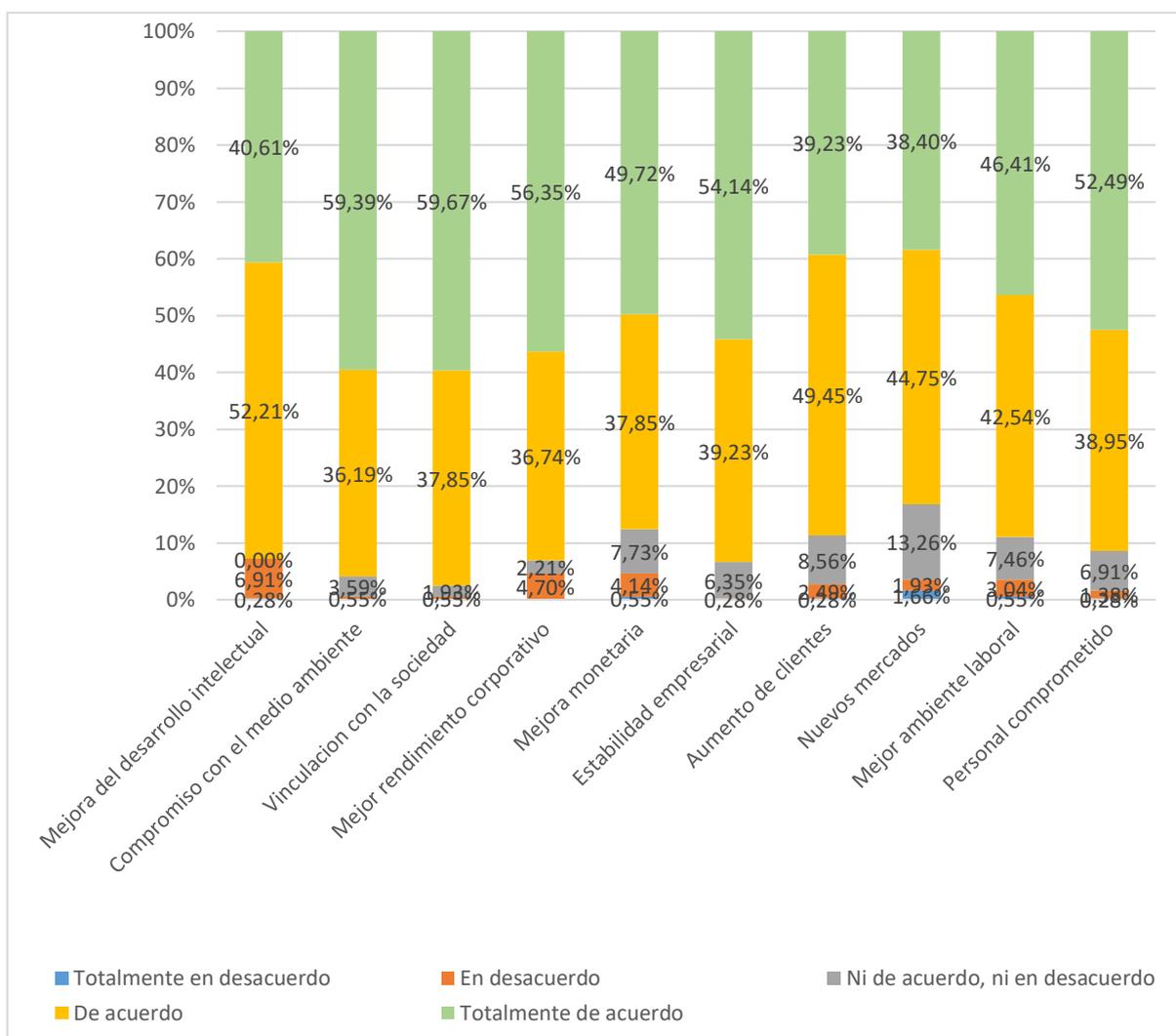


Figura 22: Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Los empleados de las empresas de la provincia de Loja manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con las variables expuestas en el cuestionario de pregunta. Entre los resultados más destacados se encuentran, el mejorar el rendimiento corporativo, el compromiso con el medio ambiente, la vinculación con la sociedad y la mejora del desarrollo intelectual, como una oportunidad que brinda la RSE. Esto puede ser gracias a que un programa de RSE no solo involucra a los gerentes o accionistas de la empresa, sino también engloba a muchas personas, desde el empleado hasta la sociedad en general.

En efecto los trabajadores poseen un adecuado conocimiento sobre la RSE, ya que exponen las diversas oportunidades, ventajas que brindan estas acciones en la gestión empresarial.

7. Percepción del empleado frente a las prácticas de RSE en la empresa

En relación de la percepción que tienen los empleados frente a la RSE en las empresas de la provincia de Loja, se observa la siguiente información:

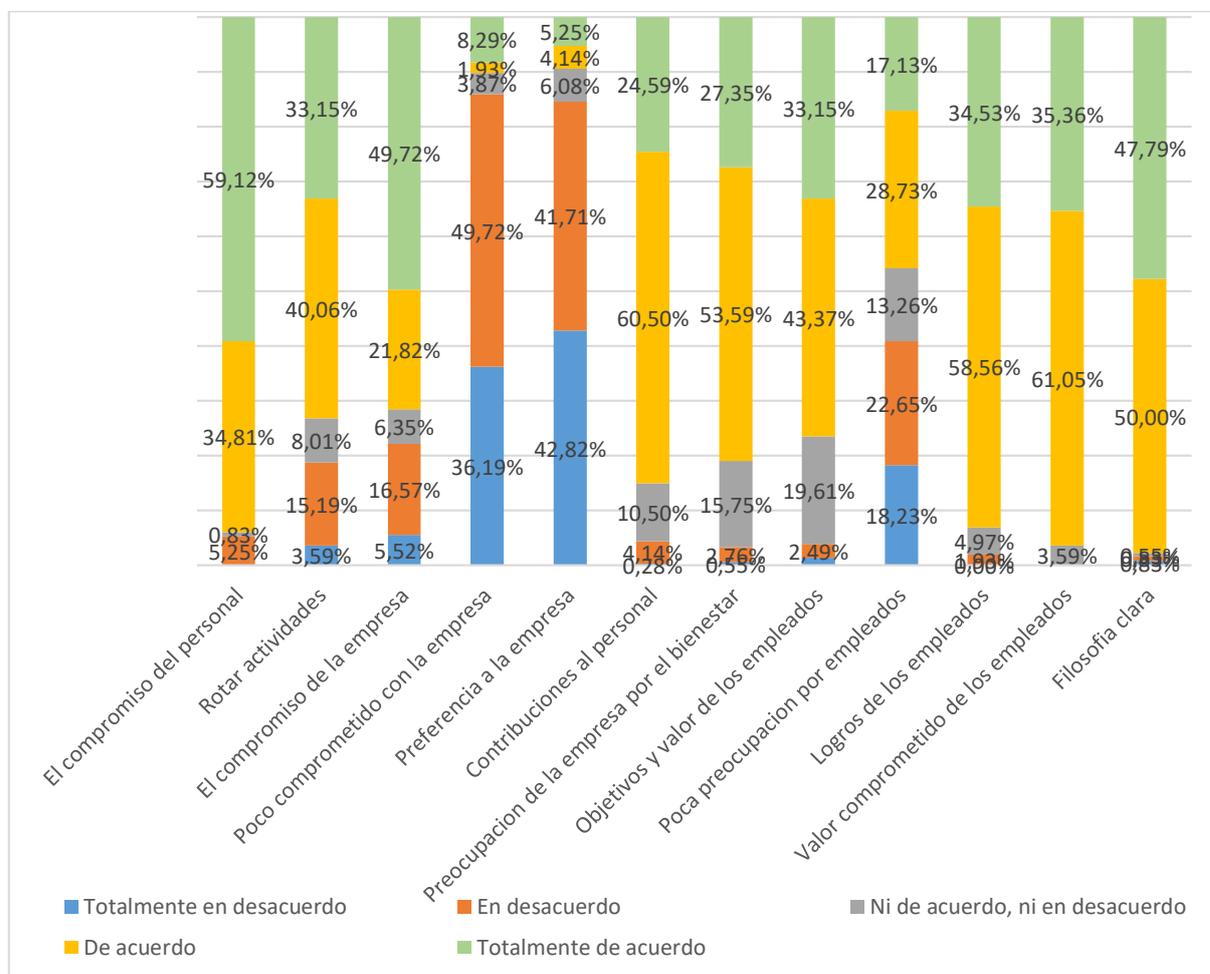


Figura 23: Percepción de los empleados de la RSE en la empresa
Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

De acuerdo a los resultados obtenidos de los trabajadores de las empresas de la provincia de Loja se determinó en casi todas las opciones marcaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; siendo así que con un 59,12% expresaron tener un mayor compromiso del personal, seguido por el 47,79% que indicaron tener una filosofía clara y el 49,72% el compromiso brindado a la empresa. Sin embargo, las alternativas de totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, forman un papel muy importante, debido a que con el 42,82% la preferencia brindada a la empresa es deficiente y con el 36,19% el indicador de encontrarse poco comprometido con la empresa, definiendo el rotamiento de actividades en la empresa como factor fundamental para no llegar a tener una percepción clara frente a las prácticas de RSE en la empresa.

En este sentido se observa que los empleados en su mayor parte poseen una percepción positiva de las acciones de la RSE, ya que consideran que estas prácticas permiten comprometer a los trabajadores con los objetivos y progreso de la entidad.

8. Compromiso de la empresa con el grupo de interés de la RSE

Con la investigación realizada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja se podrá conocer el compromiso de las organizaciones con los grupos de interés de la RSE.

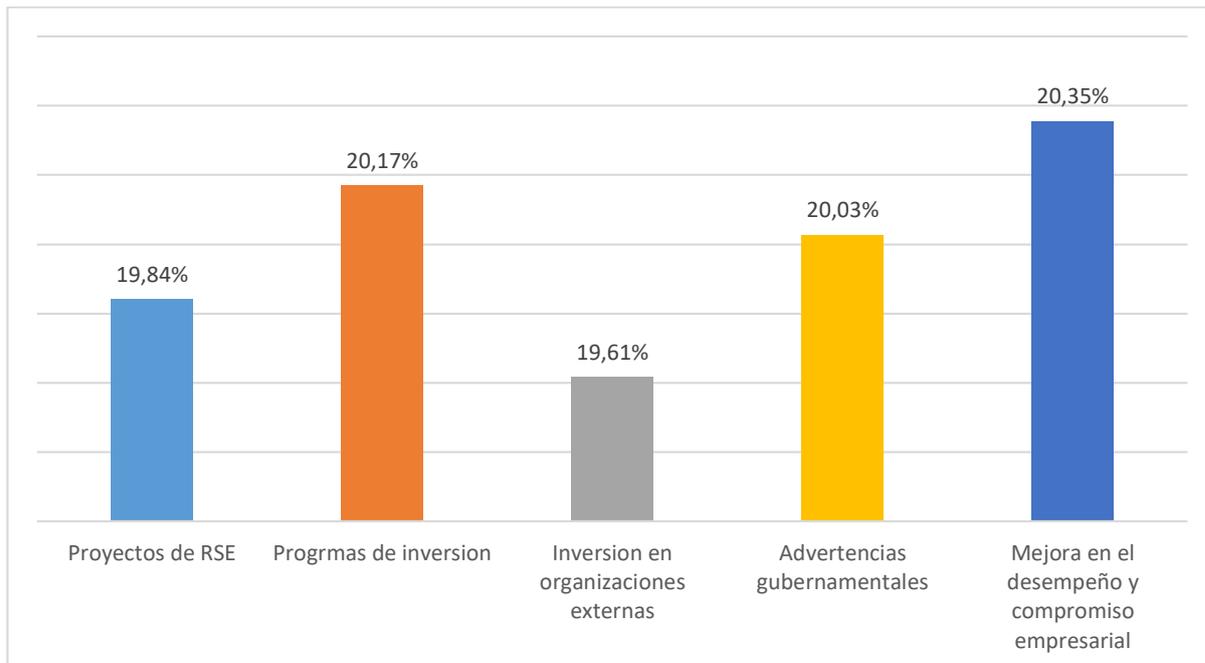


Figura 24: Compromiso con el grupo de interés RSE

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En la figura 24 se puede observar que los empleados consideran, que las organizaciones al adquirir compromisos con los grupos de interés principalmente les permiten mejorar el desempeño de los trabajadores y compromiso empresarial esto sucede una vez aplicado los

programas y políticas de RSE con un valor de 3,64; seguido con un 3,61 expresan que las empresas realizan programas de inversión para mejorar la vida de las futuras generaciones, y con un 3,58 consideran que deben tomar en consideración las advertencias gubernamentales por el no cumplimiento de normas aplicadas a los stakeholders (grupos de interés).

Las organizaciones como ente social deben establecer compromisos con los grupos de interés, al determinar adecuados medios de comunicación que permita identificar las oportunidades, conocer los riesgos, innovar y mejorar su proceso productivo; todo ello con el fin de tomar adecuadas decisiones fundamentales para constituir una empresa responsable y sostenible.

9. ¿Conoce si en la empresa en que trabaja aplica la RSE?

Con la presente interrogante se podrá conocer cuántas entidades de la provincia de Loja implementan las acciones de RSE.

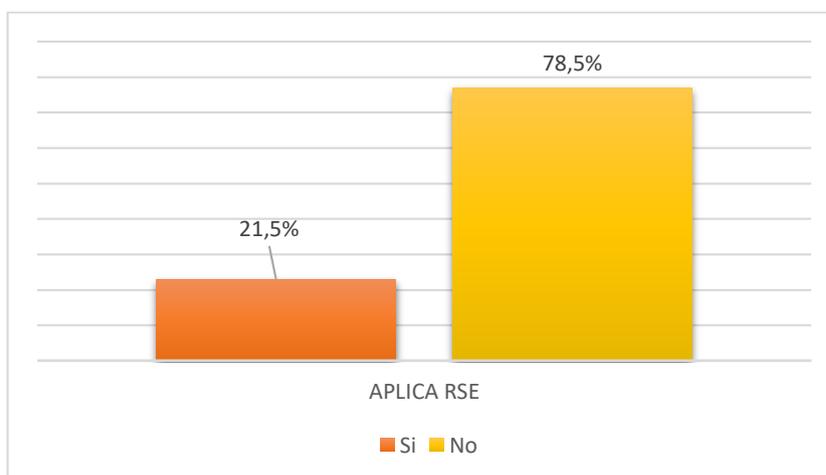


Figura 25: En su empresa aplican la RSE
Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja
Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

Como se puede observar en la figura 25 el 78,50% de las empresas no implementan acciones de Responsabilidad; mientras que el 21,5% manifestaron que sí.

La razón principal de las entidades que manifestaron que sí aplican estrategias de responsabilidad social se debe a que son organizaciones grandes que debido a su competitividad se relacionan más con este tema; mientras que, para las pequeñas, medianas es un aspecto que recién se está dando a conocer en este medio.

10. Consecuencias dadas en la empresa al aplicar la RSE

La presente interrogante está relacionada con la anterior ya que los empleados que manifestaron que su empresa si aplican RSE, podrán dar una perspectiva sobre qué consecuencias se han dado dentro de la organización.

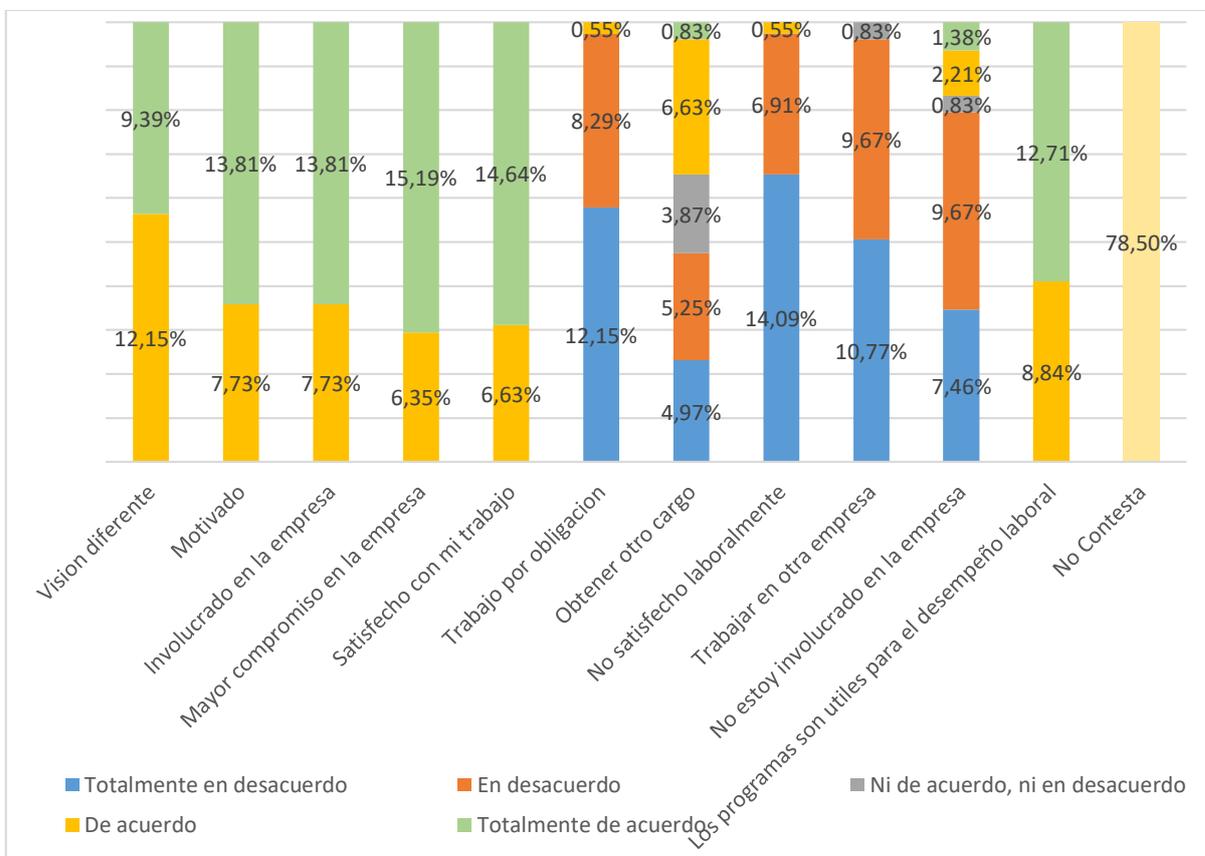


Figura 26: Consecuencias de aplicar la RSE

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja

Elaborado por: Bermeo Jaramillo, José Alejandro

En virtud de los empleados que expresaron que en la entidad donde laboran si emplean acciones de RSE, se puede apreciar en la figura 26, con un valor del 15,19% estar totalmente de acuerdo y el 6,35% de acuerdo, tener un mayor compromiso con la empresa; seguido de tener una mayor satisfacción laboral con el 14,64% y el 6,63% respectivamente, esto hace que se encuentran motivados en desempeñarse con mayor eficiencia las diferentes funciones empresariales; mientras que el trabajar por obligación con un 12,15% expresaron estar en total desacuerdo, esto debido a la perspectiva personal la cual a permitido tener mayor compromiso con la empresa y mejorar su condición laboral.

Como se puede apreciar los empleados han podido presenciar los diferentes beneficios que se logran obtener con un programa de Responsabilidad Social Empresarial, ya que influye

positivamente tanto para la empresa como para los trabajadores generando satisfacción en términos de prestigios, responsabilidad, y de rentabilidad.

Sin embargo, el 78,50% de los empleados no respondieron esta pregunta debido a que en su empresa desconocen si aplican programas de RSE.

4.2. Análisis global de los resultados obtenidos

Con la investigación realizada a los empleados de las empresas de la provincia de Loja se pudo apreciar que los hombres son quienes ocupan principalmente los cargos en los diferentes puestos de trabajo, además el personal de trabajo ostenta en su mayoría edades comprendidas en los 35 a 50 años de edad, ya que son personas que poseen amplios conocimientos debido a su trayectoria; así también se puede apreciar que hay cierta estabilidad ya que el promedio medio de años de servicios es de 6,47 años.

Así también se pudo conocer que los empleados saben sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), lo consideran importante, han participado en programas y creen que influye positivamente en el desempeño de la organización; a través de la información obtenida se determina que las organizaciones cuentan con misión, visión y valores que se involucran con la RSE y poseen una comunicación adecuada por ello se pudo recabar datos importantes de sus colaboradores internos.

Con respecto a la relación con los grupos de interés se determinó que cuentan con códigos de ética que impiden realizar acciones encaminadas a dañar el prestigio de las demás entidades, mantienen una constante comunicación con los grupos de interés, para atender requerimientos, necesidades tanto a nivel interno y externo de las organizaciones. Entre los motivos que consideran los empleados que es importante implementar la RSE en las empresas son principalmente el aumentar la productividad, mejorar el desempeño y optimizar el ambiente laboral.

Al implementar las acciones de RSE los empleados consideran que las empresas tendrán reconocimiento de la marca, obtener ventaja competitiva con la competencia, comprometer al talento humano con las actividades comercial; pero para poder obtener estos beneficios las entidades deben efectuar diversos cambios en la vida cotidiana de la misma, lo cual ocasiona diversas dificultades ya que los directivos no tienen un adecuado asesoramiento, un amplio

conocimiento sobre el tema, consideran que es un gasto elevado, tiene temor en fracasar y a ello se suma la falta de compromiso por aplicar programas, políticas de RSE.

Sin embargo, los directivos deben tener presente las diversas oportunidades que brinda las prácticas de RSE, así como lo manifiestan los empleados que permite poseer un personal de trabajo comprometido, tener un compromiso con el medio ambiente, y mejorar el rendimiento corporativo; es importante que las organizaciones tengan presente que no deben estar orientados únicamente en buscar un bien común, sino de la sociedad en la cual se encuentran inmersas y a la cual se debe establecer compromisos con sus grupos de interés para convivir en un ambiente sostenible.

Por otro lado, se pudo conocer que los empleados de las empresas de la provincia de Loja poseen una percepción positiva, ya que consideran que gracias a estas acciones de RSE se comprometen con sus labores, además permite a la entidad enorgullecerse de los logros alcanzados por sus colaboradores, todo ello es beneficioso para las organizaciones, ya que sus empleados al conocer de los beneficios de estas buenas prácticas hacen que sea posible el logro satisfactorio de estos programas.

Las empresas al llevar a cabo sus actividades comerciales deben tener presente a los grupos de interés, ya que, en la actualidad debido a la complejidad en el contexto empresarial, han impulsado a adquirir compromisos con estos con el fin de trabajar conjuntamente para prevalecer ante las dificultades que ostenta el medio; por ello los empleados consideran que deben establecer proyectos de responsabilidad social, efectuar programas de inversión para mejorar la calidad de vida; ya que esto permite obtener un mejor desempeño y compromiso empresarial.

Con la investigación realizada se pudo conocer la relación que existe entre la RSE y el desempeño organizacional ya que las que las empresas que implementan estas buenas acciones permiten que los trabajadores se sientan motivados para desempeñar sus actividades con mayor eficiencia, se creen más involucrados y poseen mayor compromiso con la entidad por apoyar a las metas institucionales.

CONCLUSIONES

Al finalizar el trabajo investigativo relacionado con la percepción que tienen los empleados sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresas (RSE) y su desempeño organizacional de las empresas de la provincia de Loja, se determinaron las siguientes conclusiones.

- A través de la investigación científica se pudo establecer que existen varias organizaciones internacionales tales como son el Banco Mundial, Libro verde, ISO 2600, Global Reporting Initiative (GRI) entre otros que impulsan, establecen normas con el fin de contribuir a un desarrollo sostenible de las organizaciones.
- Al realizar un estudio del tejido empresarial de la provincia de Loja se determinó que entre las principales actividades que generan mayores ingresos es el sector comercial, en el cual existen microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas en las cuales se encuentran un amplio número de empleados.
- Las empresas investigadas disponen de un personal de trabajo con un nivel de conocimiento adecuado sobre lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, ya que consideran que estas buenas acciones permiten tener una visión diferente de las funciones laborales, se encuentran motivados, se involucran con las actividades de la entidad, se sienten satisfechos con su trabajo, saben de los beneficios y oportunidades que se les presentan; así como las dificultades que ocurren al implementar estas prácticas; en fin, con estos programas permite mejorar la calidad de vida los empleados y todo ello influye positivamente para optimizar el desempeño organizacional.
- Finalmente, el 21,5% de los empleados afirman tener programas de Responsabilidad Social Empresarial en sus empresas, mientras que el 78,5% no poseen programas de Responsabilidad Social Empresarial.

RECOMENDACIONES

Finalizado el presente trabajo de titulación se procedió a dar las siguientes recomendaciones:

- Las empresas para poder implementar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, deben tomar en consideración, las normas, estándares, sugerencias que disponen las organizaciones internacionales que se ocupan de este tema, y con ello poder obtener los resultados deseados y no se constituya de una pérdida de tiempo y dinero.
- A las entidades de la provincia de Loja se sugiere capacitarse sobre el tema con el fin que pueda conocer a profundidad sobre las oportunidades, beneficios, que tiene estas prácticas y así puedan implementar proyecto de RSE que permitan constituirse en organizaciones sostenibles.
- Se sugiere a los directivos de las diferentes organizaciones cambiar el enfoque que tienen sobre la RSE como un gasto elevado, ya que este puede modificarse de acuerdo al recurso que dispone; y en su lugar deben considerar como una inversión que a futuro permitirá incrementar la rentabilidad económica y prestigio empresarial.
- Se recomienda a las empresas de la provincia de Loja implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, independientemente de su tamaño con el fin de alcanzar el éxito, mejorar el desempeño organizacional ya que se constituyen en un motor económico para el desarrollo del país.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, P. M., Furió, B. E., & Sánchez, A. E. (2014). *Imágenes de España: país, empresa, cultura*. España: Septem Ediciones, S.L.
- Álvarez, G. S. (2010). *Diccionario de economía pública*. Madrid: Editorial del Economista .
- Anheier, H., Glasius, M., & Kaldor, M. (2005). *Sociedad Civil Global*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Argenti, P. (2014). *Comunicación estratégica y su contribucion a la reputación*. Madrid: Lid Editorial Empresarial, S.L .
- Arrieta, H. B., & Ayuso, C. d. (2009). *La Dimensión ética de la responsabilidad social*. Deusto: Universidad de Deusto .
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional. (2011). *XXII Congreso Nacional de Marketing* . Madrid : Esic .
- Bolaños, G. (2012). *Educación por medio del movimiento y expresión corporal*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Bolsas de Valores de Quito y el Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Memorias del progma del buen gobierno corporativo. Quito - Ecuador: <http://www.iegce/publicaciones/MemoriasGobierno.pdf>.
- Borda, P. M., Tuesca, M. R., & Navarro, L. E. (2014). *Método cuantitativo 4ed. Herramientas para la investigación en salud*. Barraquilla: Ecoe Ediciones.
- Campomanes, C. E., & Díaz, M. L. (2013). *Ética empresarial Ideas, reflexiones y casos*. Madrid: Editorial Universitaria .
- Campos, F. F. (2016). *La Responsabilidad Social en la Gestión Empresarial*. Loja _Ecuador: EDILOJA CIA. LTDA.
- Caraguay, R. (2014). *RSE y su evolución en América Latina*. España: Ilco.
- Casani, F. 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.
- Carvajal, J. C., & et al. (2013). *Psicología organizacional: Perspectivas y avances*. Bogotá : Eco Ediciones.

- Ceballos, J., & Vidal, M. (2015). La influencia de los grupos de interés en el comportamiento medioambiental de los directivos: el uso de estrategias directas. *Universidad de granada*.
- Cerverón, V., & Ybarra, J. A. (2016). *La innovación empresarial en Ontinyent y su entorno*. Valencia : Universidad de Alicante.
- Costa, R. M., Armijos, B. V., Paladines, B. J., & Martínez, F. V. (2015). *Estudio Empírico sobre el estado y tendencias de la Responsabilidad Social Corporativa en Ecuador mediante el análisis de caso: del catón de Loja*. Universidad Técnica Particular de Loja: Recuperado de: <file:///D:/Downloads/Dialnet-EstudioEmpiricoSobreEIEstadoYTendenciasDeLaRespons-5355595.pdf>.
- Cuesta, S. A., & Valencia, R. M. (2014). *Indicadores de gestión humana y del conocimiento en la empresa* . Colombia : Ecoe ediciones.
- Cuesto, C. C., & Marta, C. G. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. España: UNED.
- Cueva, E. V. (2015). *Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para el complejo turístico Aguamanía del cantón Catamayo desarrollando en el segundo semestre del 2014*. Loja, Trabajo de fin de titulación de ingeniero en administracion de empresas : Recuperado de: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/13374/1/Cueva_Erazo_Viviana_del_Cisne.pdf.
- De la Cuesta, G. M., Cruz, A. C., & Rodríguez, F. J. (2010). *Responsabilidad Social Universitaria* . España: Netbiblo.
- Desempeño gerencial y organizacional*. (2015).
- Empresas por la infancia. (2012). Estado de situación de la RSE y la infancia en la Argentina. Argentina: Empresas por la infancia.
- Enrione, A. (2014). *Directorio y Gobierno Corporativo. El desafío de agregar valor en forma sostenida*. Santiago de Chile: Valente, Lira .
- Escudero, M., & Garcia, L. J. (2014). *la responsabilidad social empresarial y la creación de valor en Ameica Latina*. España: Deusto digital .
- Fernández, d. K., & et al. (2010). *Guía de primeros pasos en Responsabilidad Social Empresarial para PyMES en el sector Turismo*. Argentina: Cenarsecs.

- Fernández, G. R. (2009). *Responsabilidad social Corporativa*. San Vicente (Alicante): Editorial Club Universitario.
- Freire, E. A. (2017). *La percepción de la Responsabilidad Social Corporativa en la Banca Privada de la Ciudad de Loja, año 2017*. Loja : Título de ingeniero en administración de empresas Universidad Técnica Particular de Loja.
- Fresno, M. (2012). *El consumidor social. Reputación online y social media*. Barcelona: Editorial UOC.
- Galán, I. J., & Sáenz, d. M. (2012). *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI*. España: Ediciones Universidad Salamanca.
- García, A. J. (2013). *Toponimias de la provincia de Loja*. Loja: Graficplus.
- Gobierno corporativo. (2017).
- González, D. N. (2017). *Análisis de la problemática en ciudades emergentes del sur de Tamaulipas*. Palibrio.
- Guarnizo, F. T. (2016). Diseño de un modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja año 2015. Loja. Trabajo de titulación en magister en gestión empresarial, Área administrativa. Universidad Técnica Particular de Loja: Recuperado de: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/14292/1/Guarnizo_Fernandez_Tatiana_Elizabeth.pdf.
- Guevara, M. S. (2013). *La responsabilidad social empresarial en la corporación minera MINESADCO perteneciente al cantón Portovelo provincia de El Oro*. Loja : Tesis previa a obtener el título de magíster en gestión y desarrollo social. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad . (2011). Recuperado de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>.
- Hidalgo, P. N. (2012). *La responsabilidad social empresarial en la empresa Minera La Vega del sector*. Loja. Tesis de grado previa a la obtención del título de Magister en Gestión y Desarrollo Social. Universidad Técnica Particular de Loja: Recuperado de: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7422/3/Tesisi%20Cecilia%20Hidalgo.pdf>.
- INEC. (2013). *Directorio de empresas y establecimientos*. Recuperado de: [file:///D:/Downloads/Presentacion%20DIEE%202013%20\(2\).pdf](file:///D:/Downloads/Presentacion%20DIEE%202013%20(2).pdf).

- INEC. (2015). *Directorio de empresas y establecimientos 2015*. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf.
- Lima, M. (2012). *Consultoría para el levantamiento de información transversal sobre la Responsabilidad Social en el Ecuador*. Fundación CODESPA.
- Ibáñez, P. J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Madrid : Dykinson S.L.
- López, Z. B. (2016). *Fundamentos de la responsabilidad social. Texto guía*. Universidad Católica de Loja.
- Lozano, F. (2011). *Qué es la ética de la empresa*. Madrid: Editorial Proteus .
- Manene, L. M. (2010). *Eficiencia y Eficacia en Administraciones Públicas y Organizaciones Empresariales*.
- Martínez, G. M. (2013). *La gestión empresarial Equilibrando objetivos y valores*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos .
- Martínez, H. H. (2011). *Responsabilidad Social y ética empresarial*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Martínez, H. H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Mejía, M., & Newman, B. (2011). *Responsabilidad Social Total: Comunicación estratégica para la sustentabilidad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica .
- Míguez, G. M. (2010). *Los públicos en las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial*. Loja: Recuperado de: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-LOJA.pdf>.
- Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York : United Nations Publications.
- Palencia, M., & Ors, L. (2008). *90 técnicas de relaciones públicas*. Barcelona: Bresca Profit.
- Pimenta, d. G., & Martínez, R. M. (2014). *Análisis de la performance en las empresas, una perspectiva integrada*. Barcelona: Editorial UOC.

- Porras, E. (2015). *Análisis de la aplicación de esquemas de responsabilidad social corporativa en cinco empresas de Quito como mecanismo de fortalecimiento empresarial*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador .
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Estrategias y Sociedad*. Harvard Business School Publishing Corporation: goo.gl/tlmYHC.
- Puentes, P. R., Velasco, G. M., & Vilar, H. J. (2009). El buen gobierno corporativo en las sociedades cooperativas. *Revista De Estudios Cooperativos*, 98, 118 - 140: doi:10.5209/REVE.19644.
- Raufflet, E., Lozano, A. J., Barrera, D. E., & García, d. I. (2012). *responsabilidad social empresarial*. México: Pearson.
- Rivarola, S. (2012). *Desarrollo sustentable; una sociedad solidaria* . España: Ilco .
- Rodriguez, J., & Caldera, J. (2010). *Productividad organizacional en la mediana industrial superior* . Venezuela.
- Ruiz, A. (2015). *Efectividad organizacional*. Colombia.
- Ruiz, C., & García, A. (2010). *Salud Laboral* . España: MASSON S.A.
- Saavedra, R. I. (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. España: Gesbiblo S.L.
- Sainz, Y. (2014). *Desempeño organizacional: Control y herramientas de medición*.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2013). *Agenda Zonal Zona 7Sur* . Recuperado por: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-7.pdf>.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito,Ecuador: Senplades.
- SENPLADES . (2014). *Ficha de cifras generales* . Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1101_LOJA_LOJA.pdf.
- SENPLADES. (2010). *Agenda Zonal para el Buen Vivir propuesta de desarrollo y lineamientos para el ordenamiento territorial*. Quito-Ecuador: Recuperado de: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Agenda-zona-7.pdf>.
- Sols, R. C., Fernández, F. I., & Romero, Y. J. (2013). *La Gestión integral de proyectos* . Madrid: Universis Pontificia Comillas .

- Torres, Z., & et al. (2014). *Administación de proyectos* . México : Grupo editorial Patria .
- Trespacios, G. J., Vázquez, C. R., Ballina, B. F., & Suárez, V. A. (2016). *Investigación de mercados* . Madrid: Paraninfo Universidad .
- UNID. (2015). *Comportamiento organizacional*. Universidad Interamericana para el desarrollo.
- Uroz, C. J., Plaza, Ú. J., & Burgos, J. J. (2010). *Grupos de interés y gestión deportiva; un estudio aplicado a la UD Almería*. Almería : Universidad de Almería .
- UTPL, I. d. (2012). *Dinámica poblacional comparativa de la provincia de Loja*. UTPL.
- Vargas, M. E. (2015). *Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero*. México : Universidad Autónoma del Estado de México .
- Vega, P. (2011). *La RSC como instrumento estratégico de comunicación para el incremento del valor de marca: el caso de la publicidad televisiva*. Quito - Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Veintimilla, C. M. (2014). *Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja periodo 2013-2014*. Loja. Trabajo de fin de titulación de ingeniero en administración de empresas : Recuperado de: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/10677/1/Veintimilla%20Carrion%20Maria%20Augusta.pdf>.
- Vilariño, A. (2016). *El rol fundamental de la comunicación en la RSC. CE Compromiso empresarial*.
- Viteri, R. (14 de 01 de 2010). *Sociedad Civil en responsabilidad social. Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador* . Obtenido de Recuperado de: http://www.care.org.ec/wp-content/uploads/biblioteca_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf
- Yturalde, T. J. (30 de 04 de 2014). *El rol del estado en la Responsabilidad Social* . Obtenido de Ekos: Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=3501>
- Zarzar, C. C. (2015). *Métodos y Pensamiento Crítico 1*. México : Grupo Editorial Patria.

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**
La Universidad Católica de Loja

**PERCEPCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL POR PARTE DE LOS
EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE LOJA**

Datos del Encuestado:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: 18 – 34 35 – 50 51 - 68 más de 68

Años de labor en la empresa: _____

Cuestionario Inicial:

Preguntas de Conocimiento:	Si	No
¿Conoce que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?		
¿Considera importante que la empresa cuente con RSE?		
¿Ha participado en programas o políticas de RSE en la empresa actualmente?		
¿Considera que la RSE influye en el desempeño de las empresas?		

1. Valores y Transparencia Empresarial.

De la Empresa:	Si	No
1. Conoce claramente la misión, visión y valores.		
2. En su misión, visión y valores involucra la RSE.		
3. La misión y visión son flexibles ante nuevas ideologías de los empleados.		
4. La empresa cuenta con códigos de ética y valores formales.		
5. Difunde la empresa su compromiso con los grupos de interés por distintos medios existentes (Internet, Radio, Tv, Prensa, etc.)		
6. Las personas involucradas son respetadas por los directivos.		

2. Relación con los grupos de interés (Stakeholders)

En la empresa:		Si	No
1.	Cuenta con códigos de ética y normas de no difamación de los defectos de la competencia para promover sus productos o servicios.		
2.	Se mantiene constante comunicación entre los grupos responsables de procesos, productos/servicios para responder cualquier solicitud de las parte interesadas.		
3.	Cuenta con flexibilidad a través de varios mecanismos para escuchar sugerencias de sus empleados en busca de mejorar sus procesos internos.		
4.	Tiene políticas relacionadas con el bienestar de la sociedad otorgándoles beneficios adicionales a los establecidos por la ley.		
5.	Cuenta con políticas/normas de RSE en donde están involucrados los proveedores para el comportamiento éticamente correcto.		
6.	Mantiene constantemente comunicación con sus clientes con la finalidad de ofrecer y garantizar un mejor servicio o producto.		
7.	Tiene convenios con organismos públicos con la finalidad de mejorar la calidad de trabajo, enseñanza, salud e infraestructura; incentivando a un mejor desempeño laboral.		

Indicaciones:

De acuerdo a su criterio en las siguientes preguntas asigne una calificación pertinente al nivel de importancia según crea conveniente entre **1** correspondiente a la calificación más baja y **5** propio de la calificación más alta, tomando en cuenta la siguiente escala: **1:** Totalmente en desacuerdo **2:** En desacuerdo **3:** Ni de acuerdo ni en desacuerdo **4:** De acuerdo **5:** Totalmente de acuerdo

3. Motivación para establecer prácticas de RSE en la empresa.

Motivaciones:	1	2	3	4	5
1	Compromiso con la sociedad y sus involucrados.				
2	Compromiso empresarial.				
3	Compromiso con el personal.				
4	Evitar adversidades con la comunidad.				
5	Conservación ambiental.				
6	Adaptación del personal a nuevas ideologías.				
7	Mejoras en las retribuciones económicas.				
8	Mejorar el ambiente laboral existente.				
9	Aumentar la productividad empresarial.				
10	Obtener un mejor desempeño empresarial.				

4. Resultados esperados al aplicar la RSE en la Empresa.

Resultados:	1	2	3	4	5
1	Estabilidad y mayor compromiso por parte de los empleados				
2	Mayor lealtad del consumidor				
3	Mejorar la reputación e imagen empresarial.				
4	Sostenibilidad del negocio a largo plazo				
5	Mayor capacidad de estabilidad laboral de los empleados				
6	Vinculación optima con el personal				
7	Relaciones adecuadas entre empleados y empleadores				
8	Compromiso y entrega de talentos humanos competitivos				

9	Mayor rentabilidad Financiera					
10	Generar una ventaja comparativa en relación a otras empresas.					
11	Reconocimiento de la marca de la empresa.					

5. Dificultades al aplicar la RSE en la Empresa.

Dificultades:		1	2	3	4	5
1	Poco apoyo recibido por los empleados y directivos para aplicar la RSE en la empresa.					
2	No alcanzar los resultados esperados					
3	Toma de riesgos innecesarios					
4	Falta de conocimiento sobre la RSE					
5	Inversión Económica para aplicar prácticas de RSE en la empresa.					
6	Falta de experiencia en conocimientos de la RSE					
7	Falta de asesoramiento en aspectos de la RSE					
8	Falta de compromiso al aplicar programas y políticas de RSE					
9	Gastos elevados					
10	Temor a fracasar					

6. Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la Empresa.

Oportunidades:		1	2	3	4	5
1	Mejorar el desarrollo intelectual del personal					
2	Compromiso con el medio ambiente					
3	Vinculación con la sociedad					
4	Mejor rendimiento corporativo					
5	Mejora monetaria de los involucrados					
6	Estabilidad empresarial y personal					
7	Aumento de clientes					
8	Incurción en nuevos mercados					
9	Mejorar el ambiente laboral					
10	Personal más comprometido					

7. Percepción del empleado frente a las prácticas de RSE en la empresa.

De los empleados:		1	2	3	4	5
1	El compromiso del personal y su trabajo					
2	Rotar actividades en la empresa					
3	El compromiso que brindo con la empresa					
4	Me siento poco comprometido con la empresa					
5	La preferencia que le brindo a la empresa es deficiente					
6	La empresa valora las contribuciones de su personal					
7	La empresa se preocupara por el bienestar de los suyos					
8	La empresa considera fuertemente los objetivos y valores de los empleados					
9	La empresa muestra poca preocupación por los empleados					
10	La empresa se enorgullece por los logros personales de sus empleados					
11	La empresa cuenta con un valor competitivo por parte de los empleados					

12	La empresa cuenta con una estructura de su filosofía clara en la que sus empleados se comprometen totalmente.					
----	---	--	--	--	--	--

8. Compromiso de la Empresa con el grupo de interés de la RSE.

Compromiso con el grupo de interés de la RSE:		1	2	3	4	5
1	La empresa colabora con los empleados en proyectos de responsabilidad social con el objetivo de mejorar la relación con los directivos para obtener un mejor clima laboral con un mayor desempeño profesional.					
2	La empresa realiza programas de inversión para mejorar la vida de futuras generaciones.					
3	La empresa invierte en organizaciones externas con el objetivo de velar por el mejoramiento de sus empleados.					
4	Se toma en cuenta por parte de la empresa y su personal advertencias gubernamentales por el no cumplimiento de normas aplicadas al grupo de interés de la RSE.					
5	Una vez aplicado los programas y políticas de RSE en la empresa, el personal ha obtenido una mejora notoria en su desempeño y compromiso empresarial.					

SI NO

9. ¿Conoce si en la empresa en que trabaja aplica RSE? Si su respuesta es afirmativa seguir con la pregunta 10		
--	--	--

10. Consecuencias dadas en la empresa al aplicar la RSE

Aspectos personales:		1	2	3	4	5
1	Tengo una visión diferente sobre mis funciones laborales					
2	Estoy motivado a desempeñar con mayor eficiencia mis actividades laborales					
3	Me siento importante e involucrado en la empresa					
4	Tengo un mayor compromiso con la empresa					
5	Estoy satisfecho/a con mi trabajo					
6	Trabajo por obligación					
7	Me gustaría obtener otro cargo					
8	No me siento satisfecho laboralmente.					
9	Desearía trabajar en otra empresa					
10	No estoy involucrado/a completamente con la empresa					
11	Los programas aplicados en busca de una mejora laboral y vida social-personal aplicada a los empleados han sido útiles para aumentar el desempeño laboral.					

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN Y ASISTENCIA

Anexo 2: Tablas de resultados de la encuesta

Tabla 17: Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	206	57,0	57,0	57,0
	Femenino	156	43,0	43,0	100,0
	Total	362	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 18: Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-34	121	33,8	33,8	33,8
	35-50	190	52,2	52,2	86,0
	51-68	51	14,0	14,0	100,0
	Total	362	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 19: Años de Labor

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Años de labor	362	1	33	6,47	5,574
	362				

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 20: Conocimientos de los empleados RSE

		Frecuencia	Conoce que es la RSE	Considera importante la RSE	Participa en programas de RSE	Influye la RSE en las empresas
	Si	277	76,47	79,80	60,30	77,60
	No	85	23,53	20,20	39,70	22,40

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 21: Valores y transparencia empresarial

	Frecuencia	Misión, Visión, Valores	Involucran la MVV la RSE	Flexibles a nuevas ideologías	Códigos de ética	Grupos de interés	Personas son respetadas por directivos
Si	267	73,53	60,66	71,69	73,53	70,96	86,40
No	95	25,74	39,34	28,31	26,47	29,04	13,60

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 22: Relación con los grupos de interés (stakeholders)

	Frecuencia	Código de ética	Constante comunicación	Flexibilidad para escuchar	Políticas de Bienestar	Políticas proveedores	Comunicación con clientes	Convenios con organismos públicos
Si	279	76,8	80,5	82,7	76,8	50,4	66,2	58,5
No	83	23,2	19,5	17,3	23,2	49,6	33,8	41,5

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 23: Motivación para establecer prácticas de RSE en la empresa

	Compromiso con la sociedad	Compromiso empresarial	Compromiso con el personal	Adversidades con la comunidad	Conservación ambiental	Nuevas ideologías	Mejoras económicas	Mejorar ambiente laboral	Aumentar la productividad	Mejor desempeño empresarial
Totalmente en desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,55%	0,28%	2,76%	5,25%	0,55%	0,00%	0,28%
En desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,93%	9,67%	1,93%	0,28%	0,28%

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1,93%	1,66%	0,83%	3,04%	1,38%	24,59%	27,07%	19,89%	3,59%	1,93%
De acuerdo	47,51%	47,24%	44,48%	43,92%	38,67%	32,87%	28,45%	48,90%	54,97%	46,96%
Totalmente de acuerdo	50,55%	51,10%	54,70%	52,49%	59,67%	37,85%	29,56%	28,73%	41,16%	50,55%

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 24: Resultados esperados al aplicar la RSE en la empresa

	Compromiso por parte de los empleados	lealtad del consumidor	Mejorar imagen empresarial	Sostenibilidad del negocio	Capacidad laboral	Vinculación con el personal	Relación entre empleados y empleadores	Compromiso de talento humano	Mayor rentabilidad	Ventaja comparativa	Reconocimiento de la marca
Totalmente en desacuerdo	0,00%	0,00%	0,28%	6,35%	1,66%	0,28%	3,59%	0,00%	0,00%	0,28%	0,28%
En desacuerdo	0,00%	0,00%	0,28%	11,33%	4,14%	4,14%	14,36%	2,49%	0,00%	0,00%	0,00%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1,10%	6,63%	0,83%	26,24%	20,44%	14,36%	10,77%	4,42%	4,14%	1,93%	0,55%
De acuerdo	38,67%	51,10%	43,37%	28,73%	44,48%	50,55%	37,29%	52,21%	43,65%	34,81%	32,32%
Totalmente de acuerdo	60,22%	42,27%	55,25%	27,35%	29,28%	30,66%	33,98%	40,88%	52,21%	62,98%	66,85%

Fuente: Aplicación de encuesta. (UTPL, 2012)

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 25: Dificultades al aplicar la RSE en la empresa

	Poco apoyo recibido	No alcanzar resultados	Riesgo innecesario	Falta de conocimiento de RSE	Inversión para aplicar RSE	Falta de experiencia en RSE	Falta de asesoramiento de RSE	Falta de compromiso de RSE	Gastos elevados	Temor a fracasar
Totalmente en desacuerdo	13,26%	15,75%	15,47%	8,56%	3,04%	16,85%	13,81%	4,14%	0,00%	1,10%
En desacuerdo	6,91%	20,44%	33,15%	16,85%	6,63%	12,71%	12,98%	17,13%	4,70%	5,52%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8,56%	7,73%	6,35%	21,27%	9,39%	5,52%	7,73%	9,39%	3,31%	9,94%
De acuerdo	21,27%	31,22%	25,69%	29,56%	33,98%	31,49%	38,40%	39,78%	46,13%	46,41%
Totalmente de acuerdo	50,00%	24,86%	19,34%	23,76%	46,96%	33,43%	27,07%	29,56%	45,86%	37,02%

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 26: Oportunidades dadas al aplicar la RSE en la empresa

	Mejora del desarrollo intelectual	Compromiso con el medio ambiente	Vinculación con la sociedad	Mejor rendimiento corporativo	Mejora monetaria	Estabilidad empresarial	Aumento de clientes	Nuevos mercados	Mejor ambiente laboral	Personal comprometido
Totalmente en desacuerdo	0,28%	0,00%	0,00%	0,00%	0,55%	0,00%	0,28%	1,66%	0,55%	0,28%
En desacuerdo	6,91%	0,55%	0,55%	4,70%	4,14%	0,28%	2,49%	1,93%	3,04%	1,38%

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0,00%	3,59%	1,93%	2,21%	7,73%	6,35%	8,56%	13,26%	7,46%	6,91%
De acuerdo	52,21%	36,19%	37,85%	36,74%	37,85%	39,23%	49,45%	44,75%	42,54%	38,95%
Totalmente de acuerdo	40,61%	59,39%	59,67%	56,35%	49,72%	54,14%	39,23%	38,40%	46,41%	52,49%

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 27: Percepción del empleado frente a las prácticas de RSE en la empresa

	El compromiso del personal	Rotar actividades	El compromiso de la empresa	Poco comprometido con la empresa	Preferencia a la empresa	Contribuciones al personal	Preocupación de la empresa por el bienestar	Objetivos y valor de los empleados	Poca preocupación por empleados	Logros de los empleados	Valor comprometido de los empleados	Filosofía clara
Totalmente en desacuerdo		3,59%	5,52%	36,19%	42,82%	0,28%	0,55%	1,38%	18,23%			0,83%
En desacuerdo	5,25%	15,19%	16,57%	49,72%	41,71%	4,14%	2,76%	2,49%	22,65%	1,93%		0,83%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0,83%	8,01%	6,35%	3,87%	6,08%	10,50%	15,75%	19,61%	13,26%	4,97%	3,59%	0,55%
De acuerdo	34,81%	40,06%	21,82%	1,93%	4,14%	60,50%	53,59%	43,37%	28,73%	58,56%	61,05%	50,00%
Totalmente de acuerdo	59,12%	33,15%	49,72%	8,29%	5,25%	24,59%	27,35%	33,15%	17,13%	34,53%	35,36%	47,79%

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 28: Compromiso de la empresa con el grupo de interés de la RSE

	Proyectos de RSE	Programas de inversión	Inversión en organizaciones externas	Advertencias gubernamentales	Mejora en el desempeño y compromiso empresarial
Compromiso con los grupos de Interés	19,84%	20,17%	19,61%	20,03%	20,35%

Fuente: Aplicación de encuesta.
Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 29: Conoce si la empresa en la que trabaja aplica RSE

		APLICA RSE
	Si	22,8
	No	76,8

Fuente: Aplicación de encuesta.
Elaboración: Bermeo Jaramillo, José

Tabla 30: Consecuencias dadas en la empresa al aplicar RSE

	Visión diferente	Motivado	Involucrado en la empresa	Mayor compromiso en la empresa	Satisfecho con mi trabajo	Trabajo por obligación	Obtener otro cargo	No satisfecho laboralmente	Trabajar en otra empresa	No estoy involucrado en la empresa	Los programas son útiles para el desempeño laboral	No Contesta
Totalmente en desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,15%	4,97%	14,09%	10,77%	7,46%	0,00%	78,50%
En desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,29%	5,25%	6,91%	9,67%	9,67%	0,00%	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,87%	0,00%	0,83%	0,83%	0,00%	
De acuerdo	12,15%	7,73%	7,73%	6,35%	6,63%	0,55%	6,63%	0,55%		2,21%	8,84%	
Totalmente de acuerdo	9,39%	13,81%	13,81%	15,19%	14,64%	0,00%	0,83%	0,00%	0,00%	1,38%	12,71%	

Fuente: Aplicación de encuesta.

Elaboración: Bermeo Jaramillo, José