



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Guillermo Isaac Castillo Tumaille¹. Wendy Nathaly Espinoza Espinoza²

1- Universidad Estatal de Guayaquil, guillermo.castillotu@ug.edu.ec

2. Universidad Estatal de Guayaquil, wendy.espinozaes@ug.edu.ec

Resumen

Este artículo interpreta técnicas objetivas de la percepción de los propietarios, gerentes y técnicos de lo que es la Responsabilidad social Empresarial (RSE), en perspectiva de su aplicación en las empresas de la zona de Durán-Ecuador. Para ello se sustenta a través de conceptos teóricos y se tomará una muestra con un cuestionario de acción Empresarial, cuyos resultados mostrarán una percepción empresarial sobre la RSE. Este artículo sugiere desde la parte académica un plan de sensibilización respecto a la responsabilidad social empresarial que adoptan las empresas de este sector. Es importante señalar que con este trabajo se puede conocer hasta qué punto las empresas están familiarizadas con dimensiones, subdimensiones e indicadores para alcanzar el triple resultado: Social, económico y ambiental.

Palabras-claves: Responsabilidad social empresarial, plan de sensibilización, empresa industrial.



Corporate Social Responsibility: Diagnosis in the industrial area Duran.

Abstract

This paper studies the perception of companies in Duran-Ecuador regarding the Corporate Social Responsibility (CSR), especially if they are aligned with social responsibility issues such as: business ethics, commitment to the community, quality of working life, environment and responsible marketing, a sample was taken from 12 companies in the area to know if they are familiar with CSR dimensions, sub-dimensions and indicators, to elaborate a general diagnosis of the environment. This article in its conclusion suggests that it is a task of the academy to sensitize and train the actors in terms of concept, scope and benefits of CSR, so that it can be lived better, and generate benefits for all on the road, especially for the company in that it contributes to its sustainability in the long term.

Keywords: Corporate social responsibility, awareness plan, enterprises.

INTRODUCCIÓN

Desde inicios de los años 90, la Responsabilidad Social Corporativa (RSE), ha sido un área emergente de estudio de la gestión organizacional, la cual se ha expandido y la conducta empresarial responsable ha ganado mucha atención a una escala global bajo el alcance de la mitigación, preocupación y sostenibilidad de la administración (Wood, 2010).



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Según el estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador (2012) sólo el 42% de las empresas en este país conocen sobre la RSE, una realidad que no ha tenido mayor variación en los últimos años. El presente artículo mostrará un diagnóstico de RSE a 12 casos de empresas de la zona de Durán.

Expertos sobre la Responsabilidad Social Empresarial (2012) indican que cerca de la mitad de los empresarios tienen un nivel de conocimiento alto sobre la RSE. Sin embargo, este conocimiento es parcial si se compara con el concepto que tienen los empresarios con relación a otros actores (como la sociedad civil, el Estado o los consumidores), dichos actores manejan también sus conceptos de forma parcial de la RSE. Cada actor identifica a la RSE de las empresas desde su perspectiva.

También indica este estudio que el Estado debe convertirse en un aliado de las empresas, fomentando varios mecanismos de la RSE, entre los que se destacan: capacitación, financiamiento para innovación o cambio de tecnología, y financiamiento de proyectos. Sin embargo, mientras que el Estado considera que da a conocer instrumentos de apoyo a la RSE, menos de uno de cada cuatro empresarios (19%) los conoce, la mayoría no conocen estos instrumentos, por lo tanto, no se pueden utilizar de forma eficiente el mecanismo de apoyo a la RS y se deberá comunicar permanente, para que puedan ser aplicados.

A través de esta investigación se pudo demostrar que el 87% de las empresas localizadas en la zona industrial de Durán están relacionadas con un modelo de gestión no técnica sin embargo su nivel de responsabilidad social es bueno.



La RSE y su papel en la comunidad

A pesar del crecimiento de las prácticas de RSE no hay un método único aceptado para medir la RSE. Especialistas han propuesto un sin número de teorías sobre RSE (Garriga & Melé, 2004), para lo cual el lector se refiere a una revisión sistemática de la literatura. El mismo concepto de responsabilidad social corporativa ha adquirido significados muy diferentes en momentos y lugares diferentes (Mio & Venturelli, 2013). No obstante, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) define la RSE como “la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (pág. 7). La RSE últimamente ha adquirido una gran importancia en los países en vía de desarrollo (Preuss & Barkemeyer, 2011), es por esto que el presente trabajo mostrará un diagnóstico de RSE, realizado a 12 empresas de la zona de Durán, el cual se basa en el modelo planteado por Barba (2015).

En la actualidad el Revised OECD Guidelines for Multinational Enterprises es el único código de conducta multilateralmente adoptado, aunque las directrices no definen expresamente el concepto de responsabilidad social corporativa, entre sus objetivos se menciona el de “Potenciar el aporte de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible para garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales” (Acción Empresarial, 2006, pág. 8).

Según World Economic Forum (WEF) este documento enfatiza 4 acciones necesarias para impulsar la Ciudadanía Corporativa Global: “Primero, proporcionar liderazgo. Segundo, definir qué quiere decir para su empresa. Tercero, hacerlo realidad. Cuarto, ser transparente sobre ello” (Acción Empresarial, 2006, pág. 9).

El marco de acción propuesto por WEF deja en claro que existe una dificultad para precisar un concepto con contenido único para todos, por ello recomienda que cada empresa, junto a sus grupos de interés o stakeholders, reflexione sobre lo que la RSE significa para ellos. (Acción Empresarial, 2006, pág. 9)



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

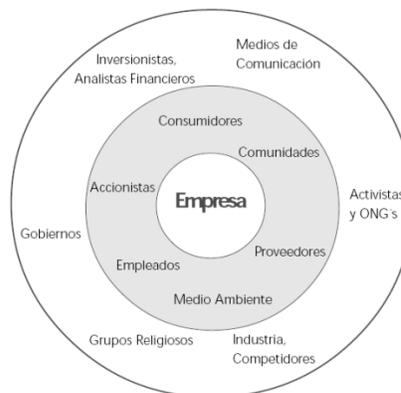
Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Ahora bien, existe un nuevo enfoque el cual nos dice: “La teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia el conjunto de la sociedad, responsabilidad social entendida como una responsabilidad integral, esto es, económica y social” (Reyno Momberg, 2007, pág. 147).

“Se trata del mismo planteamiento en que se basa el propio Estado, que utiliza a la empresa como vehículo para intervenir en el medio social, a través de la política económica y social” (Universidad de Viña del Mar, 2006, pág. 97).

Debe haber una alianza entre el Estado y los empresarios, por medio de esta unión existan compromisos satisfactorios a beneficio de la sociedad.

Figura 1. Respuesta de las Empresas a las expectativas de la Sociedad



Fuente: Acción Empresarial (2006)

Bajo el esquema de la figura 1, podemos reconocer que en la actualidad el concepto de RSE es reconocido en nuestro país, convirtiéndose en uno de los principales actores que implican compromiso y promoción del cambio en procesos que ofrecen e innovan importantes empresas que generan el cambio y mejora del medio ambiente de la sociedad en la que vivimos.



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Otro enfoque de la responsabilidad social empresarial nos dice que ésta “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (BOWEN, 2011, pág. 73).

En un planteamiento opuesto a lo anterior se puede decir que “La Responsabilidad Social de un negocio es aumentar sus ganancias, de este modo, indica el premio Nobel, que las empresas no se concentrarían en invertir” (Friedman M., 2003, pág. 27).

Desde un enfoque contemporáneo se encuentra el modelo propuesto por Porter y Kramer (2010), quienes indican que “Las empresas se han venido enfrentando a notorios problemas sociales como consecuencias de sus actividades. Por tal razón, la Responsabilidad Social se ha vuelto una prioridad ineludible para los líderes de negocios en cualquier país” (pág. 97).

Otro enfoque explica que “La RSE es un modelo de gestión empresarial, en el cual las actividades de RSE se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas, yendo más allá de solo cumplir con las leyes” (Glück R.; Alois G., 2002, pág. 33).

La iniciativa de mejorar la calidad y sentido de vida de los grupos de interés que la empresa beneficia, inclusive puede generar muchas más ganancias para los empresarios, contemplando de esta forma los beneficios del cumplimiento de leyes y del avance que pueda tener el territorio.

La ética se genera del juicio moral y conducta de un individuo, la empresa debe aceptar la responsabilidad primordial de los medios que contenga su sistema organizacional, ya que éstos están compuestos por las políticas, procedimientos y prácticas organizacionales que se consideran de la colectividad (Konrad Adenauer Stiftung, 2012).

Áreas temáticas, subdimensiones e indicadores

En la tabla 1 se presenta los contenidos éticos, políticos, sociales y ambientales relacionado con temáticas de responsabilidad social, los cuales son expresados como subdimensiones



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

como se ve en la tabla, con esto se realizará un diagnóstico de RSE con información que proporcione la empresa, y estableceremos un perfil del tema en nuestro medio.



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

TABLA 1. Áreas temáticas y subdimensiones de la RSE

TEMAS	DESCRIPCION	SUBDIMENSIONES DEL ESTUDIO
ETICA EMPRESARIAL	La ética empresarial se refiere a: la integridad de la compañía, el conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus políticas, prácticas y en la toma de decisión de la empresa. Adicionalmente, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas. La ética empresarial se transforma en un tema que es transversal a todos los aquí referenciados.	1. Desarrollo de principios éticos
		2. Difusión de principios éticos en la empresa
		3. Práctica de los principios éticos con la competencia
		4. Práctica de los principios éticos con los proveedores
		5. Práctica de los principios éticos con el personal subcontratado
		6. Práctica de los principios éticos con el Gobierno
CALIDAD DE VIDA LABORAL	La calidad de vida laboral generalmente se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-familia, horarios flexibles, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado de sus dependientes y beneficios domésticos. Las empresas que son socialmente responsables, desarrollan acciones creativas e innovadoras que procuran enriquecer la relación empresa-familia, porque cuando invierten en mejora continua de su talento humano en este y otros temas, que ayuda a mejorar la productividad y satisfacción laboral.	1. Valoración y respeto a la diversidad
		2. Participación de los empleados en la gestión de la empresa
		3. Relación con grupo de trabajadores y sindicatos
		4. Distribución de beneficios de la empresa
		5. Desarrollo profesional y empleabilidad
		6. Cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo.
		7. Jubilación y despido
MARKETING RESPONSABLE	El espectro de temas relacionados con el marketing responsable se ha expandido en los últimos años hacia una amplia gama de tópicos que incluyen la responsabilidad medioambiental, la relación de la empresa con sus competidores, y hacia temas algo más filosóficos como el consumo de su propia naturaleza. Por ello las empresas que son socialmente responsables, buscan no afirmar su identidad sino también su imagen en el mercado, motivando además el consumo responsable.	1. Diagnóstico y solución de daños potenciales de sus productos y servicios
		2. Políticas de marketing y comunicación
		3. Técnica de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor
		4. Excelencia a la atención del consumidor
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	Esta área se refiere al rango de acciones tomadas por la empresa para mejorar la calidad de vida de las comunidades en la que opera, apoyando iniciativas o causas con enfoque social, estos programas se diseñan y ejecutan estrategias y programadamente, no tan solo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además se refuerza la reputación de las empresas y sus marcas, productos y valores en la comunidades locales y en el resto del mundo donde tienen intereses comerciales significativos. Empresas ecuatorianas desarrollan proyectos muy interesantes en la comunidad en lo referente a educación, salud, asistencia técnica, capacitación, con ello ayudan a controlar o en su defecto a disminuir las tensiones que se pueden dar con la comunidad, cuando ésta se ve afectada por la actividad empresarial, tanto en su medio ambiente como en su calidad de vida.	1. Gestión del impacto de las actividades de la empresa con la comunidad
		2. Relaciones con organizaciones comunitarias presente en su entorno (ONG's, colegios, salud, etc.)
		3. Mecanismos de apoyo a proyectos sociales.
		4. Estrategias y criterios de acción en inversiones sociales
		5. Apoyo al trabajo voluntario del personal
		6. Liderazgo e influencia social
		7. Participación en proyectos sociales del Gobierno
MEDIO AMBIENTE	Relacionado con los posibles impactos que la actividad empresarial pueda causar tanto al medio ambiente natural como al medio ambiente construido. La actividad ambientalmente responsable, implica la aplicación de las normas ambientales vigentes en el país así como las internacionales como ISO 14.000. Proyecta para ello también procesos de educación, prevención y remediación.	1. El impacto en el medio ambiente
		2. Responsabilidad ambiental
		3. Cuidados e incorporación de insumos y tratamiento de desechos
		4. Educación ambiental.

Fuente: Barba-Bayas (2015)



METODOS

Herramientas del análisis

Para poder realizar un diagnóstico general de las empresas de la zona es necesario aplicar este tipo de herramienta como se presenta en la Tabla 1 donde podemos saber que tan propicio está el escenario de las empresas que adopten este sistema de gestión.

Afirma Bayas (2015) que las herramientas de diagnóstico utilizadas en este modelo, fueron desarrolladas por Acción empresarial de Chile en coordinación con la Universidad Católica financiadas por la fundación Ford y ETHOS de Brasil, que expresan su contenido en el documento denominado “indicadores Acción Empresarial de Responsabilidad Social”.

La herramienta de diagnóstico aplicada, contiene: 5 ejes temáticos y 28 subdimensiones que son valorados en la escala de 1 a 6 (1. Muy en desacuerdo, 2. Desacuerdo moderado, 3 Leve desacuerdo, 4 Leve acuerdo 5. Acuerdo Moderado, 6. Muy de acuerdo y una opción de no se aplica) relacionados con las subdimensiones de la RSE de la herramienta de Acción empresarial (Barba-Bayas, 2015, pág. 52).

Característica de la muestra

La presente investigación se basa en el estudio de 12 empresas reconocidas por su posicionamiento en el mercado regional y nacional por la generación de empleo, productos y servicios y su representatividad.



TABLA 2. Años de funcionamiento de las empresas

ORD.	EMPRESAS	ACTIVIDAD-PRODUCTOS	AÑO DE FUNDACION	AÑOS DE FUNCIONAMIENTO
1	Amanco Plastigama S.A.	Produce y comercializa tubosistemas para la conducción del agua para los sectores de la construcción, infraestructura y el sector agrícola.	1965	51
2	Artes Gráficas Senefelder	Litografía industrial con la impresión de cajas de camarón para los exportadores de alimentos congelados, empaques en microarrugado, cajas plegadizas y etiquetas; litografía publicitaria con la impresión de material POP, agendas, libros, revistas, shopping bags, y calendarios; impresión digital con ensobrado automático, insertos segmentados, estados de cuenta, impresión personalizada, digitalización y almacenaje de cheques; formas continuas con formularios continuos, rollos numerados en papel químico, bond y térmico, papelería membretada y facturas; documentos valorados con la impresión de cheques, libretas de ahorro, certificados, pólizas, etc.	1921	95
3	Corporación Ecuatoriana de Aluminio Cedal S.A.	Producir y comercializar perfilería y otros productos extruidos de aluminio para uso arquitectónico y estructural, ofrece productos complementarios como vidrio plano, láminas de aluminio, paneles de aluminio compuesto, sellantes para carpintería de aluminio y tornillería.	1974	42
4	Grupo Surpapel	Soluciones de empaque de papel, recolección de fibra, fabricación de papel reciclado, láminas y cajas de cartón corrugado pre y post print, se encarga de su distribución, puesta en operación y posterior recolección para el reciclado.	2001	15
5	Pronaca	Industria procesadora de variso alimetos, entre estos: alimento para perros, gastos, pollos, y vacunos; también cuenta con una amplia gama de carne procesada entre estas: pollo, cerdo, res, pescado y camarón para el consumo humano.	1979	15
6	Farmayala	Industria farmacéutica que cuenta con productos tales como: analgésicos, antifamatorios y antibióticos, digestivos, respiratorios, suplementos vitamínicos, entre otros.	1950	66
7	Agripac	Red agropecuaria dedicada a la producción de insumos agrícolas y veterinarios.	1972	44
8	Agroindustrias Dajahu	Piladoras de arroz, vendedora al por mayor y menor de arroz.	2001	15
9	Estar C.A.	Compañía empacadora de camarones	1985	31
10	Difare	Distribución de productos farmacéuticos, desarrollo de farmacias, y representaciones de productos.	1984	32
11	Lubrisa	Comercialización de lubricantes.	1980	36
12	Omarsa	Cría, procesamiento y exportación de camarón vannamei congelado.	1977	39
		PROMEDIO		40

En la tabla 2, de las empresas señaladas once son empresas manufactureras dedicadas a la producción de materiales de construcción, producción de papel, producción de cárnicos y camarón, farmacéutica etc. El conjunto de la muestra representa un promedio de 40 años de funcionamiento.



RESULTADOS

Generación de empleo y participación por género

En la tabla 3 se detalla que las 12 empresas generan 5.085 fuentes de trabajos en forma directa con un porcentaje de 64% para hombres y el 36% para mujeres.

El 19,82% del total de generación de empleo corresponde a la empresa ORMASA y el 14,75% a la empresa PRONACA, y las pequeñas empresas participa con el 2,46% es la empresa LUBRISA.

En la empresa OMARSA con el 99,80% de su nómina tiene la mayor participación de mujeres, seguida de la empresa PRONACA con el 33%. La empresa Aluminios Cedal S.A. tiene la mayor participación de hombres en su nómina, lo cual representa un 95%, seguido por el Grupo Surpapel con 92% y Plastigama S.A. el 90%. Desde esta conformación se analiza una percepción interesante con respecto al género del tema de RSE en cada empresa.

TABLA 3. Generación de empleo

ORD.	EMPRESAS	TOTAL HOMBRES	TOTAL MUJERES	TOTAL	%
1	Amanco Plastigama S.A.	453	50	503	9,89%
2	Artes Gráficas Senefelder	421	148	569	11,19%
3	Corporación Ecuatoriana de Aluminio Cedal S.A.	190	9	199	3,91%
4	Grupo Surpapel	574	53	627	12,33%
5	Pronaca	600	250	750	14,75%
6	Farmayala	98	38	136	2,67%
7	Agripac	400	150	550	10,82%
8	Agroindustrias Dajahu	100	28	128	2,52%
9	Estar C.A.	250	75	325	6,39%
10	Difare	120	45	165	3,24%
11	Lubrisa	85	40	125	2,46%
12	Omarsa	2	1.006	1.008	19,82%
	TOTAL	3.293	1.892	5.085	100,00%

Fuente: Los autores.

Las empresas Plastigama S.A. y Pronaca tienen una práctica importante en los temas de Responsabilidad social empresarial, sin llegar a determinar que aplican la RSE como parte de un sistema de gestión, sino por las acciones que a diario desarrollan y encajan en algunas de las subdimensiones e indicadores sugeridos por la herramienta aplicada. Del análisis la



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

mayoría de las empresas tiene una buena calificación de RSE pero sin embargo existen empresas con una participación regular de RSE como Farmayala, Omarsa y Dajahu, como se muestra en la tabla 4.

TABLA 4. Promedio alcanzado en cada tema estratégico de la RSE

ORD.	EJES FUNDAMENTALES	EMPRESAS												PROMEDIO POR TEMA	VALOR IDEAL	DIFERENCIA
		1. AMANCO PLASTIGAMA S.A.	2. ARTES GRÁFICAS SEINFELDER	3. CEDAL S.A.	4. GRUPO SURPAPEL	5. PRONACA	6. FARMAYALA	7. AGRIPAC	8. AGROINDUSTRIAS DAJAHU	9. ESTAR C.A.	10. DIFARE	11. LUBRISA	12. OMARSA			
1	ETICA EMPRESARIAL	6,00	5,67	5,50	5,83	6,00	5,50	5,50	5,50	5,67	5,67	5,67	5,67	5,68	6,00	0,32
2	CALIDAD DE VIDA LABORAL	6,00	5,43	5,29	5,29	5,86	5,00	5,29	5,00	5,29	5,00	5,29	5,29	5,33	6,00	0,67
3	MARKETING RESPONSABLE	6,00	5,25	5,00	5,50	5,75	4,75	5,50	4,75	4,75	5,00	4,50	4,25	5,08	6,00	0,92
4	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	6,00	5,00	4,86	5,00	6,00	4,71	4,86	4,86	5,00	4,71	5,00	4,43	5,04	6,00	0,96
5	MEDIO AMBIENTE	6,00	5,00	4,50	5,00	6,00	4,25	5,75	4,50	4,75	5,00	4,50	4,50	4,98	6,00	1,02
	PROMEDIO EMPRESA	6,00	5,27	5,03	5,32	5,92	4,84	5,38	4,92	5,09	5,08	4,99	4,83	5,22	6,00	0,78

Fuente: Los autores (Entrevista a las empresas)

Para llegar a explicar cómo se llegó a la sistematización de los resultados de la tabla 4, procedemos a señalar únicamente a través de un eje temático, una subdimensión con sus indicadores y el cuadro resumen, pues el presente trabajo demuestra la totalidad del contenido de las herramientas aplicadas en las empresas. Para ello se seleccionó una parte de los resultados.

Área temática: Calidad de vida laboral

Subdimensión: Distribución de los beneficios de la empresa



TABLA 5. Subdimensión 2.4 distribución de los beneficios de la empresa (agroindustrias DAJAHU)

INDICADORES	1	2	3	4	5	6	N/A
1. Posee un programa de participación en los resultados, y/o bonificación a nivel individual relacionada al desempeño.				X			
2. Posee un programa de participación en los resultados y/o bonificación a nivel colectivo, relacionado al desempeño.					X		
3. Se evalúa y premia el desempeño individual y colectivo con criterios y procedimientos objetivos.				X			
4. Los empleados participan en la composición accionaria de la empresa				X			
PROMEDIO	0	0	0	12	5	0	0

TABLA 6. Resumen del área temática marketing responsable

RESUMEN DEL ÁREA TEMÁTICA MARKETING RESPONSABLE LUBRISA

Ord.	Subdimensiones	Promedio empresarial	Ideal
1	Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y	4	6
2	Política de marketing y comunicación	4	6
3	Técnicas de ventas éticas y respeto de la privacidad del consumidor	5	6
4	Excelencia en la atención al consumidor	5	6
	PROMEDIO	4,5	6

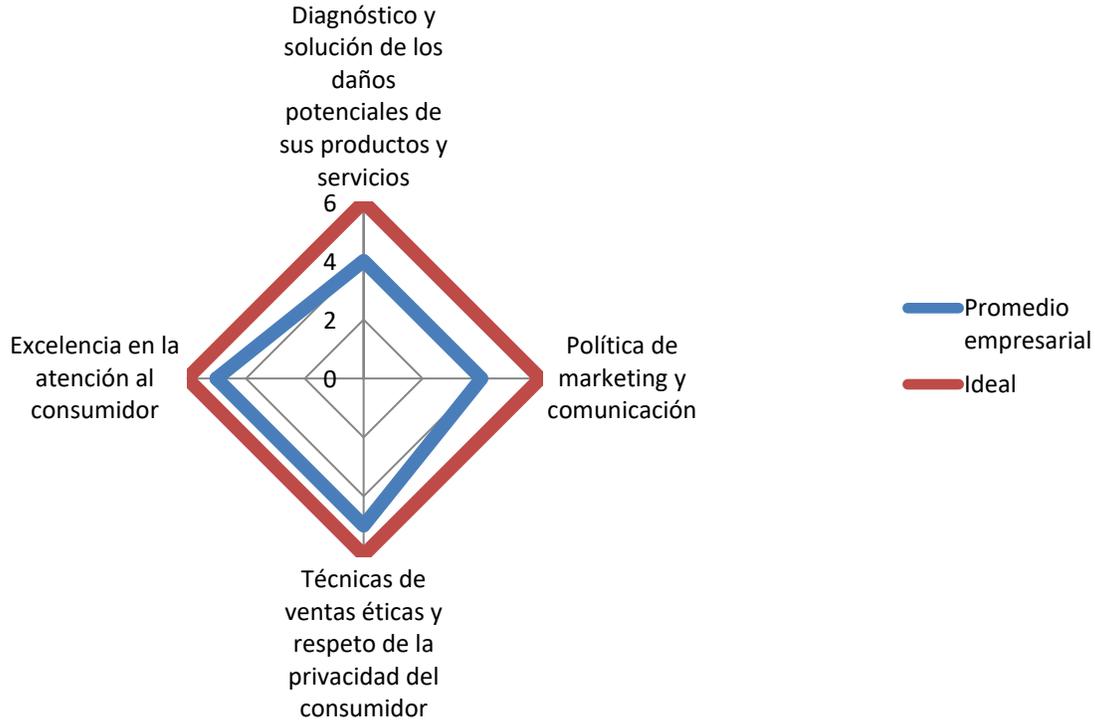


Figura 2. Resumen del área temática marketing responsable

La figura 2 muestra una parte del procedimiento de tabulación y validación de la información, la misma que fue verificada con los distintos soportes que presentan las empresas.

El grupo de empresas alcanzó el 87% del abordaje de los temas relacionados con las áreas temáticas de la RSE, el resultado obtenido de los promedios de los indicadores de cada subdimensión se aprecia en la tabla 4, lo que representa la valoración alcanzada de 5,22, es decir el 87% de 6. Las empresas Plastigama, Surpapel y Pronaca, se acercan más al puntaje ideal, pero en una de ellas Ormasa se comprobó que la RSE es parte del sistema integral de gestión de dicha empresa, hecho aún lejanos en las demás.

En la figura 2 presenta un puntaje máximo que una empresa debe alcanzar, cuando aplica estrategias de gestión de RSE (Dentro del cuadrado celeste)



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

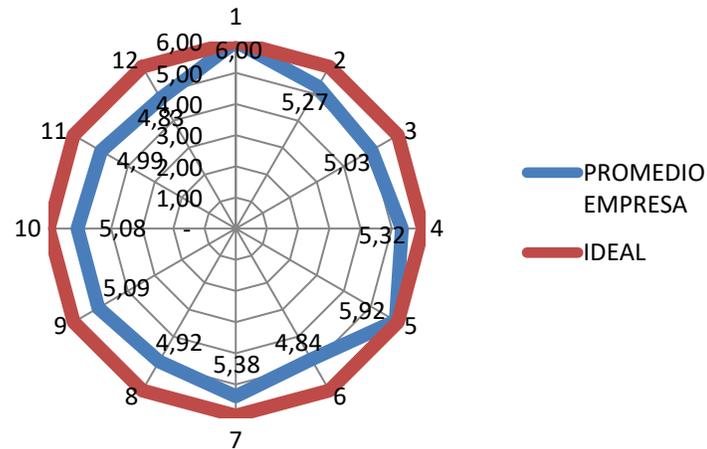


Figura 3. Relación mayor y menor promedio alcanzado.

En la figura 3 (cuadrados dentro del círculo rojo) presenta un puntaje máximo que una empresa debe alcanzar aplicando estrategias de gestión de RSE. El siguiente círculo azul denota el comportamiento de todas las empresas donde (1) Plastigama tiene la nota ideal de 6, seguido de (5) Pronaca con la nota 5,92, y el porcentaje más bajo es de (12) Ormasa con una nota de 4,83 este grupo de bajo promedio está lejos de aplicar en sus sistema de gestión la RSE en especial por desconocimiento de como este tema le puede generar más beneficios económicos, sociales y ambientales, lo cual se consigue únicamente con la introducción voluntaria del tema a la empresa.

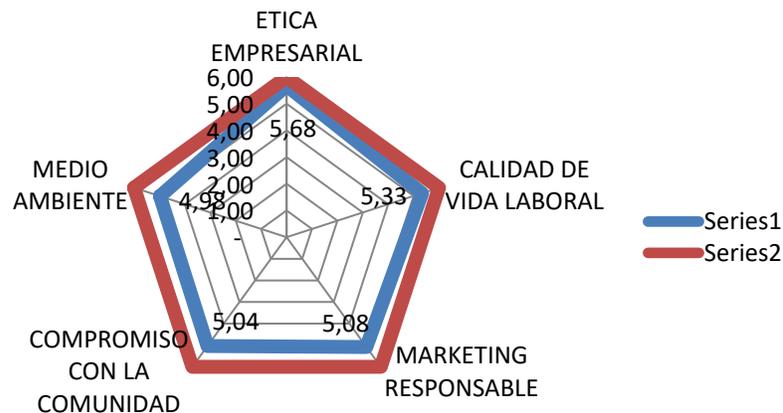


Figura 4. Ejes temáticos



La ética empresarial es uno de los ejes temáticos con más puntaje, lo cual significa que han desarrollado principios éticos con el personal de la empresa a través de un código de ética, además el comportamiento de los empleados está de acuerdo a las leyes y regulaciones internas. La calidad de vida laboral alcanzó un promedio de 5,33, lo que representa que es muy adecuado para la empresa, es decir a la valoración y respeto a la diversidad del trabajador, a la participación de los empleados a la gestión de la empresa, al cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo.

En lo referente al compromiso con la comunidad el promedio es de 5,04 es un porcentaje adecuado para la empresa, esto quiere decir que existen actividades de la empresa con la comunidad, dentro de sus estrategias están las inversiones sociales, también existe apoyo al trabajo voluntario del personal.

En lo referente al marketing responsable se encuentra con un porcentaje 5,08 que es adecuado para la empresa, lo que significa que se ejecutan una publicidad responsable en la promoción de los productos y servicios, que llegan a sus clientes, con mensajes respetuosos.

En lo referente al medio ambiente, el promedio es de 4,98 esto es alentador en la medida de que las empresas van tomando conciencia de la importancia del medio ambiente para su actividad, aunque las acciones al respeto son muy intermitentes, pero si cuidan sobre todo evitar contaminar el medio ambiente, emprenden en reciclajes y de alguna manera el manejo de residuos de todo tipo.

Las empresas tomadas como muestra en la zona industrial de Durán, de acuerdo al diagnóstico, están encaminadas a tener un sistema de gestión visto desde la aplicación de las dimensiones, subdimensiones e indicadores, así mismo se puede observar que sin aplicar en sí la RSE, éstas tienen importantes indicios para llegar a ser empresas socialmente responsables.

CONCLUSIONES

En esta investigación se evidencia que la mayoría de las empresas de Duran si conocen de manera integral qué es la RSE, lo cual se cataloga como una buena práctica porque está por encima de los estudios realizados de responsabilidad social a nivel nacional.



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Existen empresas en la muestra que se podrían calificar como socialmente responsable por su alto nivel de responsabilidad social, se trata de encontrar los elementos teóricos y científicos que en el futuro sustenten desde la academia, propuestas de programas de RSE.

Las empresas no informan los resultados positivos a sus grupos de interés que se ejecutan en su beneficio, para que no se aprovechen en pedir obligatoriamente apoyo económico para proyectos y actividades de su entorno.

En este estudio se determinó que las industrias localizadas en el sector de Durán tienen una buena práctica de responsabilidad social, pero hay que crear conciencia que la RSE debe ser una acción voluntaria y que debe haber un compromiso permanente en lo que se refiere al desarrollo social, económico y de medio ambiente.

En este estudio podemos percibir que los beneficios que tiene la práctica de RSE son a mediano plazo, debido al despertar de la sensibilización de los empresarios de las empresas de Durán para contribuir al desarrollo social de la comunidad.

Podemos indicarles a los empresarios de Durán para que implementen la RSE en sus proyectos de cambio y se diferencie con un Durán ordenado.

Por lo tanto, es una tarea de la academia sensibilizar y formar a los actores en lo que respecta a concepto, alcance y beneficios de la RS, para que pueda ser vivida de mejor manera, y genere en el camino beneficios para todos, sobre todo para la empresa en la medida en que aporta a su sostenibilidad en el largo plazo.

Referencias Bibliográficas

- Acción Empresarial. (2006). *El ABC de la RSE en Chile y el Mundo*. Santiago de Chile, Santiago de Chile, Chile: Acción Empresarial. Obtenido de <http://www.culturadelalegalidad.org.mx/recursos/Contenidos/EstudiosAcademicosyEstadisticos/documentos/EI%20ABC%20de%20la%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Chile%20y%20en%20el%20Mundo.pdf>
- Barba-Bayas, D. (2015). **Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba**. *Ciencia UNEMI*, 50-58.
- Bowen A. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa (II Edición ed.)*. **Desarrollo Sostenible**.



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Bueno A.; Cruz P.; Durán M. (2011). ***La Responsabilidad Social como estrategia competitiva (II Edición ed.). Responsabilidad Social Corporativa.***

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (II Edición ed.)*. Zaragoza, España.

Friedman M. (2003). The Social Responsibility of Business is to increase its profits. *The New York Times*, 27.

Friedman M.; Schwartz R.; Cuervo W.; Castillo P. (2010). *Teoría sobre la Responsabilidad Social de la Empresa*. Responsabilidad Social.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: mapping the territory. *Journal of Leadership*, 51-71.

Glück R.; Alois G. (2002). *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina (IV Edición ed.)*. América Latina.

Konrad Adenauer Stiftung. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales (III Edición ed.)*. Chihuahua, Santiago de Chile, Chile: Rööd consultoría, comunicación & rp.

M., P., & M., K. (2010). La empresa y sus problemas sociales. *Harvard Business Review*, 97.

Mio, C., & Venturelli, A. (2013). Non-financial information about sustainable development and environmental policy in the annual reports of listed companies. *evidence form Italy and the UK. COrp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, 340-358.

Preuss, L., & Barkemeyer, R. (2011). CSR priorities of emerging economy firms: Is Russia a different shape of BRIC? Corporate governance. *International Journal of Business and Social Science*, 371-385.

Reyno Momberg, M. (2007). *Resposabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva*.

Torresano, M. (2012). *ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS DEL ECUADOR*.

Universidad de Viña del Mar. (2006). *Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional*. Viña del Mar: Loreto Marchant R.



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Venturelli, A., Caputo, F., Leopizzi, R., & Mastroleo, G. (2017). How can CSR identity be evaluated? A pilot study using a fuzzy expert system. *Journal of Cleaner Production*, 1000-1010.

Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 50-84.

ACCIÓN EMPRESARIAL. El ABC de la RSE en Chile y el Mundo. Santiago de Chile: Acción Empresarial. 2006. 90p.

BARBA, D. Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba. *Ciencia UNEMI*, 8 (15), 50-58. 2015.

Bowen A. (2011). Responsabilidad Social Corporativa: Desarrollo Sostenible. (II Edición ed.).

Bueno A.; Cruz P.; Durán M. (2011). La Responsabilidad Social como estrategia competitiva (II Edición ed.). Responsabilidad Social Corporativa.

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

Friedman M. (2003). The Social Responsibility of Business is to increase its profits. *The New York Times*, 27.

Medina L.; Ramírez J.; Hernández A. (2010). Teoría sobre la Responsabilidad Social de la Empresa.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: mapping the territory. *Journal of Leadership*, 51-71.

Caravedo B.; Casanova L.; Correa E.; Del Castillo E.; Estévez R.; Korin M.; González L.; Gutiérrez R.; Leguizamón F.; Nowalski J.; Peinado E.; Perera L.; Schwalb M.; Vives A.; (2002). La Responsabilidad social de la empresa en América Latina editores: Antonio Vives | Estrella Peinado-Va

Konrad Adenauer Stiftung. (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales (I Edición). Chihuahua, Santiago de Chile.

Ernesto Barrera Duque (2007). La empresa social y su responsabilidad social, INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales volumen 17



Responsabilidad Social Empresarial: Diagnostico en la zona industrial de Duran

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 24-43. ISSN 1390-9304

Mio, C., & Venturelli, A. (2013). Non-financial information about sustainable development and environmental policy in the annual reports of listed companies. evidence form Italy and the UK. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, 340-358.

Preuss, L., & Barkemeyer, R. (2011). CSR priorities of emerging economy firms: Is Russia a different shape of BRIC? *Corporate governance. International Journal of Business and Social Science*, 371-385.

Reyno Momberg, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva*.

Universidad de Viña del Mar. (2006). *Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional*. Viña del Mar: Loreto Marchant R.

Venturelli, A., Caputo, F., Leopizzi, R., & Mastroleo, G. (2017). How can CSR identity be evaluated? A pilot study using a fuzzy expert system. *Journal of Cleaner Production*, 1000-1010.

Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 50-84.