



UNIVERSIDAD LAICA

Uleam

“ELOY ALFARO” DE

MANABÍ

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, MENCIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

TEMA:

ESTUDIO DE LAS PRÁCTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN
INDUSTRIAS ALES DE LA CIUDAD DE MANTA EN LOS MESES DE AGOSTO

A DICIEMBRE DEL AÑO 2017

AUTOR:

LESLY JOHANNA VERA RUIZ

TUTOR:

LIC. VICTOR CHAVEZ MOREIRA, MG

MANTA

-

MANABÍ

-

ECUADOR

2017

TEMA

Estudio de las prácticas de la responsabilidad social corporativa en INDUSTRIAS

ALES de la ciudad de Manta en los meses de agosto a diciembre del año 2017.

Certificado de Originalidad

Quien suscribe, Lesly Johanna Vera Ruíz, estudiante de la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, DECLARO:

Que el Proyecto de investigación que presento para su exposición y defensa, titulado **“Estudio De Las Prácticas De La Responsabilidad Social Corporativa Interna En INDUSTRIAS ALES De La Ciudad De Manta De Los Meses De Agosto A Diciembre Del Año 2017”**. Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social Mención Comunicación Organizacional y Relaciones Publicas, y cuyo tutor es el Lcdo. Víctor Chávez Moreira, Mg, **es original y que todas las fuentes utilizadas para su realización han sido debidamente citadas en el mismo.**

Atentamente

Lesly Johanna Vera Ruíz

Certificado de Autorización

Yo, Lesly Johanna Vera Ruíz, como autora y propietaria de los derechos de autor del trabajo de investigación **“Estudio De Las Prácticas De La Responsabilidad Social Corporativa Interna En INDUSTRIAS ALES De La Ciudad De Manta De Los Meses De Agosto A Diciembre Del Año 2017”** me permito autorizar de manera ilimitada a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que pueda reproducirlo, editarlo, distribuirlo, exhibirlo según convenga.

Atentamente

Lesly Johanna Vera Ruíz

Certificado del Tutor

En calidad de Director de Tesis, CERTIFICO: Que el trabajo de investigación realizado por la alumna Vera Ruiz Lesly Johanna, sobre el tema: **“ESTUDIO DE LAS PRÁCTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INTERNA EN INDUSTRIAS ALES DE LA CIUDAD DE MANTA DE LOS MESES DE AGOSTO A DICIEMBRE DEL AÑO 2017”**, previo a la obtención del Grado de Licencia en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, ha sido dirigido y supervisado durante su realización tal y como lo disponen las normas Académicas y Reglamentos de Graduación, bajo los parámetro de investigación basados en conceptos, análisis , propuestas, conclusiones y recomendaciones.

Los contenidos y conceptos emitidos por la autora de la tesis son de su propia responsabilidad.

TUTOR

Lcdo. Víctor Chávez Moreira, Mg.

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres y a mi esposo pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su lucha insaciable ha hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanas y familia en general.

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Mónica Ruíz, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Y porque no a mis hijos ya que ellos son parte muy importante dentro de mi vida por los que lucho cada día y porque ellos son mi motivación para este gran pasó.

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. A mis padres Juan marcos Vera Vivar, a mi esposo Ángel Marcelo Rodríguez Zambrano, mi hermana Heleanna Vera Ruiz a todos ellos por estar presente en cada paso que di hasta llegar a este punto de mi vida. Parte importante dentro de esta etapa ya que sin su ayuda no hubiera logrado alcanzar este objetivo, a Industrias Ales que con su ayuda desinteresada, nos brindó información relevante, próxima, pero muy cercana a la realidad de nuestras necesidades.

Agradezco infinitamente a los docentes que gracias a los conocimientos impartidos dentro del aula de clases se pudo realizar dicho proyecto a mi tutor de proyecto Lic., Víctor Chávez, Mg. que con paciencia y esmero me ayudó mucho en este sentido, en fin gracias a todos los que formaron parte de este camino para el logro de este propósito.

RESUMEN

En este proyecto de investigación pretende hacer énfasis en la importancia de la responsabilidad social empresarial, ya que es un tema que urge tratarlo debido a las afectaciones que esta puede traer consigo, y sobre todo a las comunidades por la que esta se encuentra rodeada, ya que si bien es cierto este empresa ofrece servicios a personas esta también se está beneficiando de la misma.

Se tratara la importancia, las personas involucradas o beneficiadas por la responsabilidad y más que toda la aplicación de esta estrategia con las comunidades aledañas a Industrias Ales de la ciudad de Manta. Con el objetivo de realizar un estudio en donde se pueda observar el cumplimiento de lo establecido en esta normativa para de esa manera hacer conciencia de lo que la empresa realiza por la sociedad.

Como la responsabilidad social es fundamental para crear la opinión de la sociedad y la imagen que la empresa pueda manejar mediante la responsabilidad social, y esta misma beneficiara a la empresa para que la sociedad cree una opinión positiva ante la empresa y los productos que esta oferte al mercado. Para las empresas es muy importante la percepción y la imagen que tenga de ella debido a que la sociedad se enfocará en el apoyo que está teniendo por parte de la organización y si está causando mucho daño a la sociedad puede ser reemplazada por la ayuda con la sociedad.

Palabras claves: Responsabilidad social, stakeholders, medio ambiente, sociedad.

ÍNDICE

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD.....	III
CERTIFICADO DE AUTORIZACIÓN.....	IV
CERTIFICADO DE TUTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESÚMEN.....	VIII
1 INTRODUCCIÓN.....	1
2 MARCO CONCEPTUAL.....	2
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2- 4
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
2.3 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	5
2.4 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	5
2.5 OBJETIVOS.....	6
2.5.1 OBJETIVOS GENERALES.....	6
2.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
2.6 JUSTIFICACIÓN.....	7
3 BASES TEORICAS.....	8-10
3.1. BASES TEORICAS.....	11
3.1.1 CAPÍTULO I.....	11
3.1.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	11-12

3.1.3 CARACTERÍSTICAS RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	13
3.1.4 IMPLICACIÓN DE LA RSC.....	13-14
3.1.5 IMPACTO DE LA RESPOMSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	15
3.2 CAPÍTULO II.....	16
3.2.1 LA RSC COMO INSTRUMENTO DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL.....	16
3.2.2 LOS STAKEHOLDERS.....	17-19
3.2. RELACIÓN DE LA ETICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	19-21
3.2.4 LA REPUTACIÓN DE LA EMPRESA MEDIANTE LA RSC.....	21-22
3.2.5 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: DE LA FILANTROPIA TRADICIONAL A LA FILANTROPIA ESTRATÉGICA.....	22-23
3.3 CAPÍTULO III.....	24
3.3.1 ISO 26000.....	24-25
3.3.2 RSE Y LA FUNCIÓN DE LA INNOVACIÓN.....	25-26
3.4 CAPÍTULO IV.....	26
3.4.1 INDUSTRIAS ALES.....	26
3.4.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE INDUSTRIAS ALES.....	27
4 MARCO METODOLÓGICO.....	28
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	28
4.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
4.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO.....	28-29
4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	30
4.4.1 POBLACIÓN.....	30
4.4.2 MUESTREO.....	30
5 ANALISIS RESULTADO.....	31
5.1. ENCUESTAS.....	31-38
5.2. ENTREVISTA.....	39

6. CONCLUSIONES.....	40
7. RECOMENDACIONES.....	41
8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	42
9. RECURSOS GENERALES.....	43
10. REFERENCIAS.....	44-46
11. ANEXOS.....	47-52

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación es una función importante dentro de los seres vivos, ya que con esto es con lo que cada persona expresa sus sentimientos emociones o las necesidades que se tienen, y también ayuda a establecer las ideas que tienen entre las organizaciones y las comunidades, las empresas son organizaciones que han sido capaces de comunicarse con la comunidad con el objetivo de lograr un mismo fin.

Si bien es cierto la responsabilidad social empresarial no es algo que todas las empresas lo tengan establecidos, ya que es un tema que recién en la actualidad se está dando, estas prácticas son muy importante ya que con estas podrán dar a la sociedad un poco de lo que ellos les dan.

Cabe recalcar que existen dos tipos de responsabilidad social empresarial, nos centraremos en lo que es la responsabilidad externa, que esta tiene que ver en como las organizaciones ayudan socialmente a las comunidades o a la ciudad en la que se encuentran ubicadas, los beneficios que estas le ofrecen.

Es de vital importancia que en la actualidad todas las empresa ya sean las pequeñas como las grandes organizaciones pongan sobre la mesa este tipo de prácticas, ya que como se sabe en la actualidad el medio ambiente está siendo muy afectado no solo por las empresas sino también por las personas, entonces es fundamental tener presente esto, así como saber que los empleados o el público interno también tienen sus necesidad y si bien es cierto las personas trabajamos para satisfacer las necesidades .

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La responsabilidad social es un término existente desde hace algunos siglos atrás, pero desde esta década se le está dando la importancia que se merece dentro del mundo empresarial, este accionar es algo que todos los empresarios deberían tener dentro de sus empresas ya que si bien es cierto deben hacer conciencia del daño que puede ocasionar al medio ambiente y la sociedad.

Viteri, (2010) manifiesta que: “Responsabilidad Social es el compromiso de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, pobreza, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y analfabetismo y, que compete a todo tipo de organizaciones para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad” es por esto que la RSC dentro de una empresa es de mucha importancia teniendo que ver mucho con la imagen de la organización ya que si esta maneja esta política dentro de su organización de esta manera la comunidad y la sociedad, palpará por si misma las acciones que hay de responsabilidad social y el compromiso por la sociedad y el medio ambiente.

Esta acción es una estrategia que utilizan dentro de las empresas y para eso han creado indicadores en donde se pueda dar valores a los diferentes campos sociales y ambientales. Los indicadores establecidos por Viteri, J (2010) tenemos:

- Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, el mismo que fue expuesto en Brasil por un grupo de pequeñas y grandes empresas de esa manera contribuir a la sociedad y ser empresas socialmente responsables.

- Balance social IBASE, Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos este de aquí va dirigido a todos los públicos de la organización de una organización para que expongan las publicación de los diferentes proyectos que tengan en cuanto a la responsabilidad social y de esa manera sean conocedores de la RS de la empresa.
- GRI (Global Reporting Initiative), está en una herramienta que fue implementada en los estados unidos por un conjunto de organizaciones con el objetivo de las empresas puedan medir el desempeño de la empresa en la parte económica social y ambiental.

La responsabilidad social ha llegado a ser de mucha importancia en los diferentes países del mundo, es por esto que en el Ecuador se ha implementado esta acción desde “1998 por la Fundación Esquel Ecuador, pionera en la promoción de la RS, junto a otras organizaciones del País y el Synergos Institute de Estados Unidos, dan los primeros pasos en la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres), y en el año 2005 se constituye esta ONG, como miembro de la Red Continental de Forum Empresa.” Viteri, J (2010, p.96).

Se puede tomar en cuenta a algunas empresas que han logrado alcanzar los objetivos planteados debido a la práctica de la responsabilidad social, ya que estos la utilizan como estrategia para lograr un reconocimiento de calidad y que así su público objetivo la vea como empresa socialmente responsable, tenemos los ejemplos de Coca Cola, Pronaca, Palmeras del Ecuador, La Fabril. Refinería del Pacífico que ha contribuido de tal manera a la sociedad y a la comunidad que de una u otra manera está siendo afectada por contaminación que emanan dichas empresas, empresas reconocidas a nivel nacional y de un posicionamiento muy bueno dentro del mercado.

En septiembre del año 2013 en la ciudad de Manta se estable un proyecto el mismo que es denominado “Programa Manta socialmente responsable” en dicho proyecto se piensa formar un consejo en el cual debe de estar integrado por la secciones públicas y privadas que tengan que ver con las empresas de producción que causes algún tipo de problemas sociales y ambientales.

En este caso se hablará de Industrial Ales, empresa que se instala en la ciudad en los años 70, dicha organización misma que inicia desde su nacimiento con las prácticas de responsabilidad social la misma que existe para sus colaboradores y su grupo de interés de Industrias Ales, más se enfocara en como esta establece lazos de responsabilidad social con las comunidades que se encuentran a su alrededor es decir el público externo, de la misma manera se preocupa por daño ambiental que puedan estar causando para su comunidad y realiza estrategias para ayudarlos.

2.2. FORMULACIÓN

Entonces de acuerdo a lo antes expuesto nos podemos preguntar:

¿Contribuye Industrias Ales con acciones de responsabilidad social a los sectores aledaños?

2.3. Delimitación espacial

El presente trabajo investigativo se lo realizó en la comunidad aledaña a Industrias Ales con el fin de conocer el manejo de la responsabilidad social en esta organización.

2.4. Delimitación temporal

La investigación inició el presente año en el mes de agosto y culminó en diciembre teniendo como duración 4 meses.

2.5. OBJETIVOS

2.5.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar cuál es la percepción que tiene la comunidad sobre las labores de responsabilidad social de industrias ales.

2.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar la importancia de la responsabilidad social dentro del sector industrial.
- Analizar mediante el método de observación si las acciones de Industrias Ales son percibidas como responsabilidad social para la comunidad.
- Determinar cuáles son las acciones de responsabilidad social que tiene Industrias Ales.

2.6. JUSTIFICACIÓN

La responsabilidad social corporativa es una contribución que tienen las empresas para con la sociedad y el medio ambiente, esta tiene una relación muy íntima con lo que es el cuidado y el mejoramiento de sector o la ciudad en la que se encuentra ubicada para de esa manera ayudarla.

El motivo por el cual se realiza esta investigación es que como sabemos la ciudad de Manta está rodeada por muchas empresas que contaminan el medio ambiente se enfocará en Industrias Ales, esta es una fuente principal dentro de nuestra ciudad, pero así mismo como es una empresa tan importante y prestigiosa para Manta también es causa de un daño ambiental muy grande para la sociedad.

Esta investigación se enfocará en como el sector industrial tomando como referencia a Industrias Ales, y cómo las prácticas de responsabilidad social han sido efectivas para la comunidad y la imagen empresarial de esta.

Muchas veces las comunidades se ven afectadas o beneficiadas por estas empresas y fundamentan acontecimientos que realizan este tipo de empresas dentro de nuestro país, produciendo un daño al medio ambiente.

3. BASES TEÓRICAS

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

En la investigación siguiente se presentan los fundamentos teóricos de la responsabilidad social dentro de las organizaciones específicamente en una gran empresa como lo es Industrias Ales de la ciudad de Manta. Los antecedentes investigativos que describen situaciones dentro de las empresas en las que manejan la responsabilidad social corporativa, que hacen referencia al presente estudio del cual se toman los principales resultados.

Antecedentes de la investigación

La responsabilidad social corporativa es de mucha importancia dentro de las organizaciones ya que con estas las empresas pueden colaborar con la comunidad y con el cuidado del medio ambiente, ya que estas son los primeros contaminantes del aire.

Como parte fundamental de la investigación Latimarat (2010) en su estudio “Responsabilidad social con el desarrollo humano sostenible”, en el cual analizo que las empresas socialmente responsables son aquellas a las que favorecen a las comunidades. El objetivo general de este estudio fue “Analizar la responsabilidad social y el desarrollo humano sostenible para mejorar la calidad de vida de la comunidad.” Con este fin la autora se planteó un enfoque cuantitativo, en el cual se pudo medir el manejo de la responsabilidad social. Entre las conclusiones de mayor relevancia “La responsabilidad social debe ser la base de la empresa, sin esta no se puede dar paso a una mejora significativa y sobretodo en la comunidad”.

Este estudio es útil para la investigación que se adelanta, ya que muestra instrumentos y métodos que se podrán utilizar dentro de este análisis.

Por otro lado se tiene la investigación de (Segovia, 2012) en el estudio realizado “Las prácticas de responsabilidad social corporativa en productos lácteos Floralp s.a.”, en el mismo que consiste en entender y analizar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en la empresa mencionada. Como principal conclusión refleja el interés de obtener ventajas dentro del marco de condiciones de la competencia que recompensaría la conducta ética de los miembros del Centro, y desestimularía en cambio a las empresas que no contemplan en sus operaciones prácticas de Responsabilidad Social Corporativa o el cumplimiento de normas estrictas de calidad, el método utilizado fue el cuantitativo, en el cual le permitió acercarse más al punto de vista de los gerentes de la organización y de cómo manejan la responsabilidad social corporativa.

De la misma forma que lo investigó (Rodríguez, 2012) “Responsabilidad social corporativa: caso BBVA” en el que pretende analizar una perspectiva práctica de la responsabilidad social, su aplicación y el desarrollo. Como principal conclusión destacó que a todas las empresas, les preocupa la puesta en activo de la RSC, según se desprende del análisis realizado en su estudio, es por esto que este tema es de mucha importancia para investigación ya que aplican los métodos necesarios o las herramientas para medir la responsabilidad social dentro de las organizaciones.

En la investigación realizada por (Molina, 2007) con título análisis de la percepción que tienen los grupos de interés de la empresa petrolera Repsol ypf, en su relación a su labor social (licenciatura). Universidad de las Américas, en el mismo que se establece como objetivo general analizar el nivel de conocimiento y opinión que tienen los grupos de interés con relación a la labor de la responsabilidad social, una conclusión muy importante que estableció dicha autora es que la mayoría de las empresas existentes en Ecuador no cuentan con proyectos relacionados a responsabilidad social y no le dan la importancia necesaria y mientras exista empresas con dicha mentalidad no

podrán ser empresas socialmente responsables. Este estudio de investigación permitirá observar como las empresas no le dan la importancia necesaria a la responsabilidad social y en ocasiones confunden lo que es la responsabilidad social y la filantropía y se encargan de realizar marketing y dejan de lado ser una empresa socialmente responsable.

3.1. BASES TEÓRICAS

3.1.1. CAPÍTULO I

En este primer artículo se informará de responsabilidad social empresarial, la importancia y lo beneficioso que es que las empresas establezcan estas políticas dentro de su organización.

3.1.2. Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad empresarial es muy importante dentro de una empresa, debido a que grandes industrias operan de forma irresponsable no incorporando dentro de sus políticas la responsabilidad social corporativa se convierten en foco contaminantes para el planeta. (2012) expresa que: “la Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia gerencial para actuar desde la empresa a favor de la sociedad, generando impactos positivos en la relación mutua empresa – sociedad” (p, 117) Las empresas deben de tener un vínculo con la comunidad y preocuparse por el daño ambiental que están causando.

Haro (2011), dice que: “El compromiso de las organizaciones con la sociedad y el medio ambiente está cambiando, igualmente, la creciente incorporación de iniciativas proactivas” (p, 50). Las empresas deben de comprometerse con la sociedad a contribuir con el cuidado del planeta debido a todas las consecuencias que ocasionan el daño al medio ambiente es de mucha importancia, los empresarios deben de estar preocupados por perjuicio que está ocasionando la producción que realiza la empresa.

Por otro lado Ruiz & Castillo (2015) dice “La Responsabilidad Social de las empresas (RSE) se ha convertido en unas de las principales áreas de interés para las organizaciones y los públicos” (p, 315), si bien es cierto en la actualidad la responsabilidad social empresarial se ha vuelto un tema muy importante y tema a tratar

en las empresas ya que como se sabe el medio ambiente necesita cada vez más que lo cuidemos y las empresas son uno de los grandes factores que afectan al medio ambiente y debido a que también extraen la materia prima del entorno en que vivimos.

Desde otro punto de vista se observa lo que dice Ávila, R, (2012) “Hay una serie de conceptos y practicas diferentes, podemos señalar que una empresa socialmente responsable, es aquella que cumple los preceptos concertados con la sociedad” (p, 23). Es decir que las empresas o los propietarios de las mismas tienen que estar en constante comunicación con la comunidad que los rodea, preocuparse por las necesidades que tengan o por las afectaciones que están causando a la sociedad debido a los gases que estas emiten.

Valarezo, K., y Gutiérrez, I (2013), “Estamos viviendo momentos de cambio de forma muy brusca tanto a nivel nacional, regional como planetario. La globalización nos impone nuevos desafíos como personas, empresas o nación” (p, 50). Las grandes empresas deben hacer conciencia y poner en práctica la responsabilidad social empresarial, por como el planeta está sufriendo grandes cambios.

Colmenares (2015) “La responsabilidad social empresarial es un aporte activo y voluntario de las empresas en la búsqueda del mejoramiento y la contribución a los, trabajadores, clientes y comunidad” (p, 90).

Entonces la responsabilidad social lo único que se encarga es del mejoramiento de toda una sociedad, ya sea dentro de la empresa o fuera de la empresa.

3.1.3. Características de la responsabilidad social

Espadas, (2013) Establece una serie de características de la responsabilidad social que son de beneficio para las diferentes empresas. (p, 194)

- Integralidad: la RSC es una orientación estratégica de las empresas que fomenta la responsabilidad social en toda la empresa es un tipo de estrategia que usa la empresa, tiene que ver con los valores.
- Concepción empresarial innovadora: un nuevo modelo empresarial comprometido socialmente. Esta está inmersa en que las empresas tienen que tener un proyecto socialmente responsable para que sea beneficioso para la sociedad y el ambiente.
- Responsabilidad entendida como no sólo generar beneficios, sino también en cómo se alcanzan dichos beneficios, es decir que la empresa no debe preocuparse por sí misma si no en los objetivos que se desean alcanzar.
- Responsabilidad sobre lo que se hace y sobre a qué se contribuye con lo que se hace, las empresas deben de tener conocimiento en los beneficios que dan a la sociedad y como contribuye.
- Responsabilidad más que solidaridad o filantropía, la mayoría de las empresas confunden la responsabilidad social con la filantropía, y es por esto que ellos deben de entender bien lo que es la responsabilidad social.

3.1.4. Implicación de la RSC

Según lo establece Martínez (2013) “La RSC implica la necesidad de contar con los recursos para llevarla a cabo de manera efectiva. Las pyme también pueden desarrollar una gestión socialmente responsable, adecuada a sus dimensiones y capacidades y en relación directa con su contexto” (p, 207). Entonces podemos establecer que la

responsabilidad social demanda que las empresas cuenten con los medios necesarios para hacer cumplir estas políticas de la manera adecuada y necesaria para la organización y sus empleados.

Molina (2010), dice que “El hecho de que las empresas estén cada vez más vinculadas a conceptos de responsabilidad por motivos sociales no es suficiente para que se produzca un auténtico desarrollo. Aunque la vertiente social es relevante, a la empresa le interesa también la vertiente económica y esta no debe verse penalizada por la adopción de buenas prácticas” (p, 23). Entonces esto quiere decir que las empresas aunque tengan dentro de sus políticas la responsabilidad social no lo toman como algo de mucha importancia, ya que no las hacen desarrollar bien o no se preocupan por realizar bien las acciones para convertirse en empresas socialmente responsables, en donde no se preocupan por la sociedad en donde se encuentra involucrado las comunidades, las mismas que son los afectados directamente por las empresas, debido a que producen gases tóxicos y daños ambientales para ellos.

Los empresarios que manejan las diferentes organizaciones deben acotar a la sociedad ya que de esto se trata la responsabilidad social, tener dentro de ellas proyectos que ayuden al buen manejo de las prácticas mencionadas anteriormente ya que los cambios globales implican un impacto ante la sociedad, sobre todo a las comunidades por la que las empresas se encuentran rodeadas ya que son las estrictamente afectadas por la contaminación que emiten las empresas.

La implicación de la responsabilidad social en las empresas ayudará a crear beneficioso para la misma, ya que si la empresa se encuentra totalmente involucrada con este tipo de practicas podrá tener una mejor relación ante la sociedad y logrará cumplir con las expectativas de los consumidores aportando de forma directa a la

imagen corporativa que esta maneje, de este modo la opinión pública será positiva para la organización.

3.1.5. Impacto de la responsabilidad social empresarial

El único impacto que ocasionará será directamente para la organización ya que cuando una empresa ponga en práctica estos principios los únicos beneficiados serán ellos, de esta manera la imagen de la empresa hablara por si sola hacia el público externo es decir los clientes, los consumidores y la sociedad que es la que está verdaderamente siendo afectada por el daño ambiental que causan las organizaciones. Piñero (2011) “Las actuaciones de RSE suelen impactar directamente sobre el funcionamiento y desempeño de la empresa en diversos niveles operativos –recursos humanos, ventas y marketing, operaciones, gestión de la cadena de proveedores, presentando una especial relevancia el análisis de su relación con el desempeño financiero” (p, 17). Es por esto que siempre las empresas deben de tener en cuenta la importancia de la responsabilidad social en su organización.

El impacto que la responsabilidad social ocasione ante la sociedad siempre dará un resultado positivo siempre y cuando la empresa no trate de lucrarse debido a que estas prácticas significan colaborar con la sociedad para mejorar y ayudar a las comunidades que lo necesiten y ser parte de ellas.

Los empresarios deben de tomar en cuenta en impacto de las prácticas de la RSC debido a que esto es un factor que favorece para mejorar la imagen que el consumidor tiene de esta, ya que los únicos beneficiados será la empresa misma.

3.2. CAPÍTULO II

La responsabilidad social cada vez va ganando más campo dentro de las empresas es por esto que tenemos que analizarla de manera detallada para poder aplicarla.

3.2.1. La RSC como instrumento de sostenibilidad social

La responsabilidad social y la sostenibilidad social están estrechamente relacionadas que esto establece un vínculo muy estrecho ya que si bien es cierto la sostenibilidad es asegurar un futuro y la responsabilidad social es preocuparse por el medio ambiente y solo cuidando este se podrá tener asegurado el futuro de la sociedad ya que mientras más se contamine más rápido se destruirá el planeta. Por eso es como lo establece Espadas (2013) “La sostenibilidad se relacionaría con algo que puede mantenerse por un determinado tiempo (en el caso del desarrollo, asegurar la durabilidad del desarrollo)” (p, 155)

Alija (2013) “La RSC es uno de los agentes de socialización más importante para los grupos de interés que, de un modo u otro, tienen alguna relación con ella, bien sea como empleados, accionistas, clientes, pro-veedores o colaboradores. Sin embargo, en general, la empresa trata la Responsabilidad Social Corporativa como una herramienta de gestión cuyo principal objetivo es la generación de más beneficio, sobre todo, económico” (p, 156). Se puede interpretar que la responsabilidad social es de mucho interés para los públicos externos principalmente, ya que ellos son los que beneficiarán de las empresas si aplican estas políticas en su organización y de esa manera estará involucrado cliente-organización.

3.2.2. Los Stakeholders

Ramírez, (2015) nos expresa que los stakeholders “Son aquellos grupos de personas, individuos u otras empresas que interactúan con la empresa u organización, que se ven afectados positivamente o negativamente por las acciones que la compañía realiza.” (p; 86). Es decir que estos son los grupos de personas que están involucradas directamente con la organización. O los que son afectados por las acciones de la empresa, estos son los públicos internos o externos.

Es por esto que las empresas deben estar en constante comunicación con sus diferentes públicos, esto es la base dentro de cualquier organización. También vendría de la mano con la responsabilidad social corporativa externa que es en la que se enfocara esta investigación, este tipo de responsabilidad son aquellos que van dirigidos a sus públicos internos y externos, para lo cual es importante que las empresas manejen estas prácticas.

Debido a que si nos comunicamos constantemente podemos saber cuáles son las necesidades que existen entre los empleados y la sociedad.

Ramírez (2015: p, 85) expresó que los principales grupos de interés son:

- Accionistas: Son aquellos que forman parte de la empresa, los que invierten el capital para que la organización pueda producir.
- Colaboradores: Cuando se habla de colaboradores se está hablando de los empleados estos son parte fundamental de la empresa ya que sin ellos la empresa no podría producir.
- Proveedores: Aquellos que ofrecen la materia prima para las empresas y de esta manera poder cubrir la necesidad del consumidor.

- Comunidad: Conjuntos de personas que son afectadas ambientalmente por la empresa, ya que se encuentran ubicadas alrededor de la misma.
- Consumidores/clientes: Aquellos que satisfacen su necesidad de acuerdo a los productos que ofrece la empresa.
- Gobierno: Aquellos que obligan a que las empresas se regularicen y de esa manera la empresa tengo todo legal para su producción.
- Ambiente: Factor importante ya que el medio ambiente es el más afectado por la contaminación de la empresa, si bien es cierto cada empresa satisface una necesidad pero así mismo trae consigo una serie de problemas ambientales.

“La identificación de los *stakeholders* es un tema frecuentemente abordado en la literatura de la RSE, desde donde se han formulado diversas clasificaciones de ámbitos de aplicación. Los documentos de la European Commission (2001) establecen diferencias entre las dimensiones interna y externa. En la dimensión interna, que se refiere a las prácticas responsables de las empresas que afectan a los trabajadores, se tienen en cuenta cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, la gestión del cambio, el impacto ambiental o la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. La dimensión externa hace referencia al entorno físico local, a los socios comerciales, a los proveedores, a los consumidores, a los derechos humanos y a los problemas ecológicos mundiales” Rodríguez (2012). Con esto nos da a conocer los dos tipos de dimensiones en donde nos explica claramente cuáles son las carteristas de estos grupos de Stakeholders internos y externos (p, 3).

Hernández el old (2015) “Lo general, y ante los grupos de interés en lo específico; es la capacidad que debe demostrar la empresa de conocer y dar

respuesta a los requerimientos que los estamentos de la sociedad que constituyen el entorno” (p, 102).

En donde Espadas, M (2013) propone “crear una comisión o foro de actores para esta finalidad que puede tener continuidad y jugar un papel importante en el impulso y difusión del proyecto. Consolidarse y constituirse como grupo de trabajo para la fase de seguimiento, control y evaluación. Difusión y presentación pública, implementación, seguimiento y evaluación. (p, 266). Es decir que las organizaciones socialmente responsables deben de contar con personas capacitadas para poder realizar el trabajo efectivamente y que no solo queden en proyectos, i no también que sean cumplidos y le den el seguimiento necesario, de esa manera se estarían preocupando por la RSC externa, y estarían en constate comunicación.

3.2.3. Relación de la ética y la responsabilidad social

La ética así como la responsabilidad social son pilares fundamentales dentro de una empresa, estos son aquellos que tratarán de la reputación de la organización y de cómo vean los clientes o consumidores a la empresa, la imagen que haya sido formada por la empresa y como sea percibida por los demás. En donde Perroni (2014) “Las empresas se vieron obligadas a revisar sus códigos internos de conducta y comenzaron a asumir las exigencias de transparencia en las negociaciones debido al creciente movimiento de los consumidores exigiendo una nueva conducta” (p, 34)

Siguiendo con la teoría de Perroni (2014) “Las empresas, ante la necesidad de equilibrar las necesidades organizacionales y las necesidades sociales y así resolver el dilema ético, propusieron códigos de conducta, declaración de

valores, documentos de auto-control, contratación de gerencias de responsabilidad social, que más tarde van ser llamadas políticas de sustentabilidad” (p, 38). Las empresas en la actualidad están obligadas a tener la ética y la moral necesaria para de esa manera poder ofrecer a sus clientes una mejor calidad de productos y así mismo atención que ellos necesitan y tener dentro de la mente su buena imagen y la reputación formada a lo largo de los años que se encuentren dentro del mercado.

López Ed Old (2015) “Diversas organizaciones han incorporado en su planeación, acciones que muestran una faceta ética en su función con respecto a las necesidades que han detectado como parte de su entorno.” (p, 102). Aquí se observa otro punto de vista de la relación entre la ética y la responsabilidad social y de la importancia que le dan a estos dos temas importantes dentro de las empresas, debido a que esto ayudara a que la empresa tenga mayor oportunidad de posicionarse dentro del mercado, por cumplir con las expectativas que le dan a los consumidores y con la ética que trabajan hacia la sociedad.

(Gómez, 2016) “La correlación directa entre la ética y la RSE ante la crisis toma un mayor fundamento, más que teórico, de urgente aplicabilidad, cuando los códigos de ética, las normas de transparencia, la incorporación de nuevas tecnologías al gobierno de las cooperativas de crédito y las entidades financieras, y la Ley de Transparencia son pilares básicos para la cultura corporativa empresarial” (p, 44). Entonces, sí existe una estrecha relación entre la ética y la responsabilidad social corporativa debido que en base a esto gira toda la organización teniendo en cuenta que la ética y la RSC ayudará a que la

empresa fluya de tal manera que la producción y la satisfacción al cliente sea la más adecuada para alcanzar sus objetivos.

De la misma manera para poder lograr los objetivos deseados por la empresa Moreno, A (2013) establece que “La cuenta de gastos de la RSC es una herramienta valiosa ya que ayuda a la interiorización de la cultura de la responsabilidad empresarial dentro de la compañía. Al ser un proyecto transversal que requiere la colaboración e implicación activa de todos los departamentos, la filosofía de la RSC se extiende por toda la organización” (p, 95). Parte de la ética empresarial tiene que ver la cultura que exista dentro de la empresa, en los diferentes departamentos que esta maneje de acuerdo a la cultura empresarial que tengas estos podrán realizar un buen trabajo de responsabilidad social externa y que los públicos internos estén comprometidos con la sociedad, y de esta manera alcanzar los propósitos sociales que la empresa tenga y llegar a la comunidad y a todo el público externo.

3.2.4. La Reputación de la empresa mediante la RSC

Si dentro de las organizaciones gozan de las buenas prácticas de la responsabilidad social corporativa entonces eso creará en la mente de los consumidores una buena imagen acerca de la empresa por mucho daño ambiental que causen con sus acciones de responsabilidad social, con esta la institución se verá beneficiada de la misma manera que las sociedad esto ayudara a la percepción que tienen los grupos de interés acerca de la empresa. Como lo expresa Ramírez (2015) “La reputación corporativa y empresarial es un elemento muy importante, pues supone la suma de una realidad corporativa digna de ser reconocida como el resultado de un buen comportamiento, de la excelencia empresarial y de buena calidad en sus productos, además del reconocimiento de sus

stakeholders o grupos de interés” (p, 90). Entonces así como la ética es otra parte muy fundamental de la organización para que la misma tenga bien claro que es lo que significa la ética y no solo piensen en la producción sino en los daños que le pueden causar a la sociedad y las comunidades por la que esta se pueda encontrar afectada.

La reputación empresarial en sí, son las percepciones que tiene el público objetivo ante una empresa y de esto depende mucho su posicionamiento, muchas empresas pueden ofrecer producto de buena calidad y de alta gama, pero el servicio que ofrece al cliente es muy pésimo, esto creará una disputa entre el público externo la misma que traerá consigo la opinión pública.

Esto también es el consecuencia de la trayectoria que tenga la empresa ante la sociedad y el valor que la misma le da a los grupos mencionados con anterioridad, es la opinión que estos tengan, sea positiva o negativa y por esa opinión es por la que la empresa será calificada.

Una buena imagen es la que le dará valor a la empresa ya que si esta maneja una buena imagen tendrá mejor posicionamiento y la sociedad querrá consumir el producto, pero si esta maneja una mala imagen la producción de esta bajará, las empresa deben de tener en cuenta que deben de cumplir con lo que el público objetivo requiera y cumplir con las garantías que el producto ofrezca para poder crear dentro del consumidor la opinión deseada y alcanzar la reputación que toda empresa desea.

3.2.5. La responsabilidad social empresarial: De la filantropía tradicional a la filantropía estratégica.

Las empresas deben de tener claro que las filantropías son dos tipos de responsabilidad social, cabe recalcar que no deben de confundir que no es lo mismo la responsabilidad social y la filantropía, este tipo de responsabilidad social trata de

realizar campañas benéficas se encarga de ayudar a los más necesitados y hacer obras de beneficencia para la sociedad y de esa manera la empresa sea reconocida por este tipo de obras, esto ayudara a la imagen empresarial que esta tenga. Vidal (2015) expresa que “Nos encontramos con una perspectiva de la RSE que enmarca sus políticas socialmente responsables dentro del campo de la filantropía clásica o tradicional, basada en acciones de carácter caritativo o benéfico” (p, 112).

Por otro lado Vonpesta (2012) expone que “Hoy se asume que la RSE es la responsabilidad que tiene cualquier organización ante los impactos negativos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente. Esta concepción pone de manifiesto que excluye per se las acciones aisladas (filantrópicas) para expandirse como una forma de gestión que abarca a toda la organización. En consecuencia, aquellas empresas que trasladen la RSE a la cotidianeidad de sus actividades, tendrán mayor conciencia de la responsabilidad de sus acciones” (p, 11-12).

Por lo consiguiente las empresas deben de estar comprometidas no solo a preocuparse por las obras benéficas, esto forma parte de la cultura organizacional esta es la ayuda a las personas en la que colabora con mejorar la existencia de los seres vivos sino también de lo que significa en se la responsabilidad social, es la donación voluntaria de una empresa hacia la sociedad con el propósito de tener una mejor competitividad ante otras empresas, esto creara una opinión pública y esto beneficia a la organización.

Es muy importante que los empresarios tengan presente esta diferencia, si bien es cierto las personas no entenderán la diferencia de estos términos, y en algunas ocasiones los empresarios también es por esto que se debe de contar con el personal especializado en este tipo de temas para que la organización tenga bien claro esta

diferencias y de esta manera efectuará los proyectos deseados y que sean cumplidos a cabalidad y que la empresa este posicionada en la mente del consumidor por sus buenas prácticas de RSC.

3.3. CAPÍTULO III

La responsabilidad social también tiene sus regularizaciones y es por esto que deben tener sus estándares que ayudan al cumplimiento de este tema que es de mucha importancia.

3.3.1. ISO 26000

Son normas que ayudan a regularizar los estándares que contribuyen al desarrollo político, económico y social de las comunidades que se encuentren rodeadas por la organización que está siendo afectada. Colmenares (2015) “La ISO 26000 brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y sobre cómo pueden ponerlos en práctica las organizaciones. Se dirige a todo tipo de organizaciones, privadas, públicas y no gubernamentales, sea cual sea su tamaño, sector o ubicación geográfica” (p, 95).

Es muy importante que la empresas que afectan al medio ambiente pongan en práctica esta norma debido a que existen órganos reguladores dentro de Ecuador para que ayuden al cumplimiento de estas entre ellos está el consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social CERES este organismo es el encargado de que se cumplan dentro de las empresas estas funciones, esta organización cuenta con una herramienta que ayuda al evaluar el desempeño que tienen ante la responsabilidad social.

De ahí alrededor de América Latina una serie de organizaciones que se encargan de fomentar dentro de las empresas la responsabilidad social como lo son Fundación Empresarial para la Acción Social que se encuentra en El Salvador, eco red de

Republica Dominicana, centraRSE de Guatemala, DERES de Uruguay, fundación Hondureña de responsabilidad social empresarial, Perú 2021, unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial, Sumarse, La Asociación Empresarial para el Desarrollo, la asociación empresarial para el desarrollo, corporación fenalco solidario Colombia, acción RSE de Chile, instituto ethos de Brasil y cenefi de México. Si bien es cierto estas organizaciones no son aquellas que regularizan este tipo de prácticas dentro de una empresa, pero si trabajan en conjunto con ellas para que las empresas sean socialmente responsables y apliquen dentro de estas prácticas interna y externamente.

3.3.2. RSE y la función de la innovación

Contreras (2012) “La vinculación entre RSE e innovación implica comprender la naturaleza de la orientación socialmente responsable y cómo se indica en este contexto el accionar innovador. En este sentido, se presenta un breve recorrido teórico sobre RSE e iniciativas que apuntan a la innovación como acción socialmente responsable” (p, 42). Indiscutiblemente implementar la responsabilidad social implica que las empresa innove de una manera que el público externo lo vea de una mejor manera y hable de la empresa por sus buenas acciones, toda empresa debe ir innovando constantemente esto no permitirá que la empresa muera dentro de la mente del consumidor y debido a la competencia que hay en la actualidad, cada empresa desea ser mejor que otra y debido a esto la importancia de la innovación dentro de las empresas.

La responsabilidad social empresarial es beneficioso a la organización debido a que esto permitirá que la empresa se encuentre posicionada en la mente del consumidor, las personas especializadas en el ámbito del marketing y la comunicación de una empresa conocen bien que el éxito de una empresa depende de la opinión pública que esta genere si la empresa cumple las expectativas de los consumidores

tendrá la aceptación de los mismo, entonces se puede relacionar la innovación que tiene que ver con la imagen empresarial y la responsabilidad social ya que estos si funcionan en conjunto creara una imagen positiva hacia la organización.

3.4. CAPÍTULO IV

La organización en la cual será enfocado este estudio será en Industrias ales es por esto que se analizaran cada punto en los cuales esta maneja la responsabilidad social corporativa.

3.4.1. Industrias Ales

Industrias ales es una de las empresas más grandes dentro de la ciudad de Manta, es por esto que debido al daño ambiental que puede ocasionar, es de importante hacer el estudio respectivo con las prácticas de la responsabilidad social y del cumplimiento de las mismas, está es una organización importante dentro de las empresas industriales es de mucho reconocimiento ya que ofrece productos necesarios para los consumidores y de aquí parte la importancia de este estudio por las percepción que tiene la sociedad hacia la imagen que esta tiene por el tipo de procesos de producción que maneja Industrias Ales y el daño que está produce ambientalmente.

Entonces debido a que demanda que tienen los productos ofrecidos por la empresa requiere de mayor producción y esto trae consigo daño ambiental, lo cual afecta a la sociedad y en especial a los sectores aledaños a lo que se encuentra ubicada la empresa.

3.4.2. Responsabilidad social de Industrias Ales

Industrias Ales está comprometido con la sociedad para asegurar que las prácticas que se desarrollen dentro de la empresa sean responsables y se fundamenten en la visión, misión y valores de la compañía.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Sostenibilidad que ellos desean lograra son las practicas dentro de los campo ambientales, sociales y económicos, es por esto que la empresa necesita que todos se beneficien de la responsabilidad social con el fin de proporcionar en parte la contaminación que está causa ante las comunidades por la que la misma se encuentra rodeada.

Entonces analizado lo anterior se puede decir que Industrial Ales es una empresa socialmente responsable, preocupada por todos los stakeholders en especial la comunidad y el ambiente que son los más afectados, esta empresa se preocupa de cada uno de ellos y se asegura que todos se encuentren y sean favorables para ambas partes.

4. Marco Metodológico

4.1. Tipo de investigación

Para esta investigación se desarrolló un estudio en base a la investigación descriptiva para detallar y estudiar todas las prácticas de responsabilidad social empresarial impulsadas por Industrias Ales a favor de la comunidad mantense.

Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

4.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación contiene un enfoque mixto; la investigación cualitativa fue necesaria para considerar a detalle todas las respuestas de los directivos a quienes se aplicó la entrevista y; el enfoque cuantitativo porque permite analizar los resultados de la tabulación de datos de las encuestas aplicadas.

4.3. Técnicas e Instrumentos

En este proyecto investigativo se aplicaron encuestas a las comunidades aledañas a Industrias Ales para ello se construyó un cuestionario, para cuantificar las variables de estudio, utilizando un conjunto sistematizado de preguntas que se dirigen a un grupo predeterminado de personas que poseen la información que interesa a la presente investigación y una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procedió al análisis estadístico respectivo.

Asimismo, la entrevista fue importante realizarla a los directivos encargados de aquellos proyectos sociales mediante la elaboración de una serie de preguntas relacionadas al tema con el fin de comparar los resultados estadísticos y posteriormente emitir conclusiones.

4.4. Población y muestra

4.4.1. Población

La población está comprendida por los 226.477 habitantes que tiene la ciudad de Manta (INEC, 2010)

4.4.2. Muestra

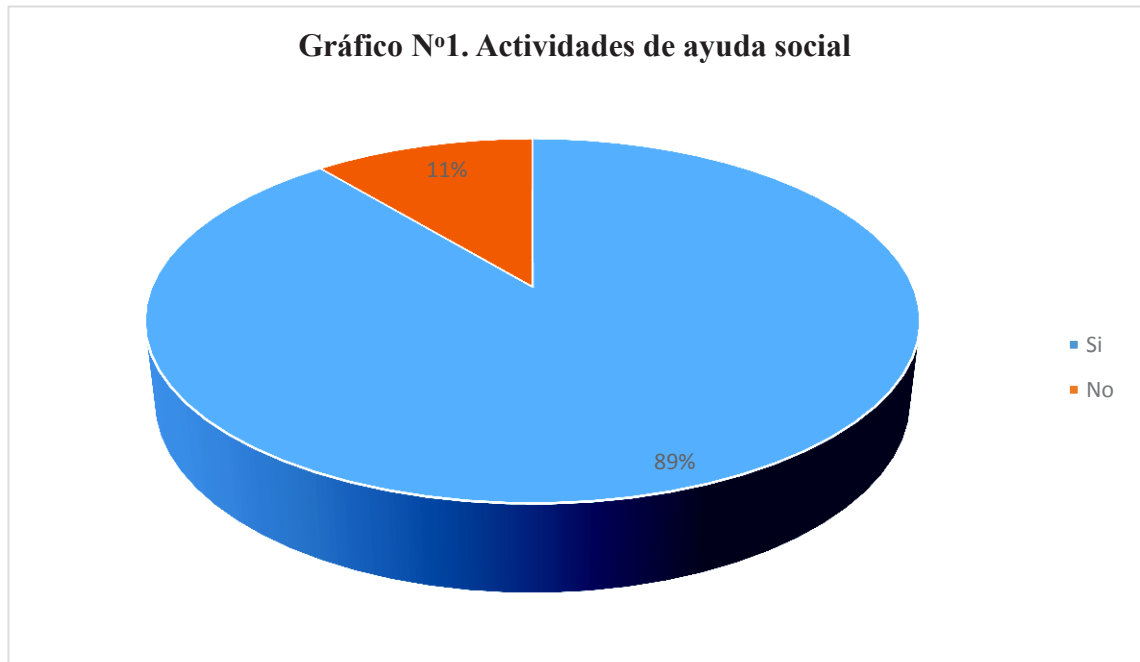
La muestra estuvo conformada por 100 habitantes de los barrios aledaños de donde se encuentra ubicada la empresa Industrias Ales, para este tamaño de muestra se aplicó un muestreo probabilístico por conglomerado.

5. Análisis de resultados

5.1 Encuestas

Pregunta N°1

¿Conoce usted si Industrias Ales realiza actividades de ayuda social en su sector?



Fuente: *Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales.*

Análisis e interpretación

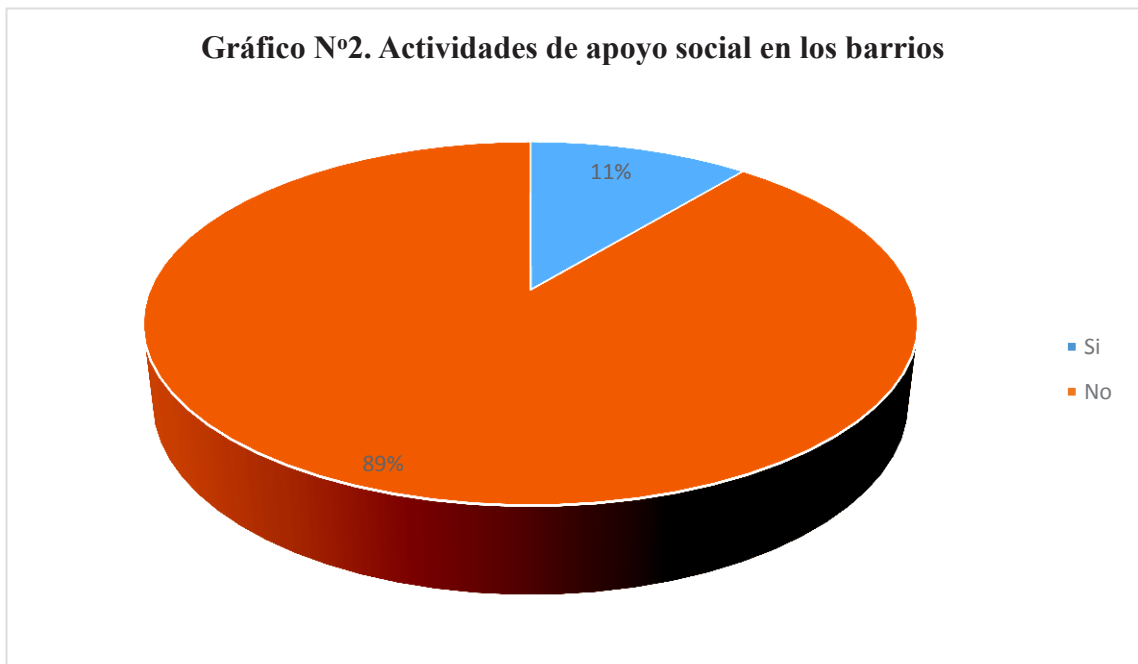
Adoptar un papel de espectador ante los crecientes problemas que afectan a la sociedad, será para todo el mundo una auténtica catástrofe. Como empresa comprometida de forma activa con los problemas de nuestro mundo, hemos de tomar acciones de Responsabilidad Social Corporativa.

Según estos resultados un contundente 89% de los encuestados señala no conocer ningún tipo de actividades de apoyo social por parte de Industrias Ales, mientras un 11% afirma haber visto en internet noticias sobre obras tituladas como responsabilidad social de la empresa, pero no precisamente a nuestro sector.

La falta de comunicación hace que sectores tan aledaños desconozcan de los eventos que realiza para beneficio de su comunidad responsabilidad social que realiza la organización que ya por ley practica obras socialmente responsables.

Pregunta No2

¿Su comunidad ha sido beneficiada con los proyectos de apoyo social de Industrias



Ales?

Fuente: *Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales.*

Análisis e interpretación

La responsabilidad social corporativa puede ayudar a aumentar y reforzar el valor de cualquier tipo de marca de cara a sus clientes. También a atraer a potenciales clientes y fidelizar a los antiguos. A través de ella las empresas generan además de buen impacto en el medio ambiente, también en la sociedad, mejorando así su reputación.

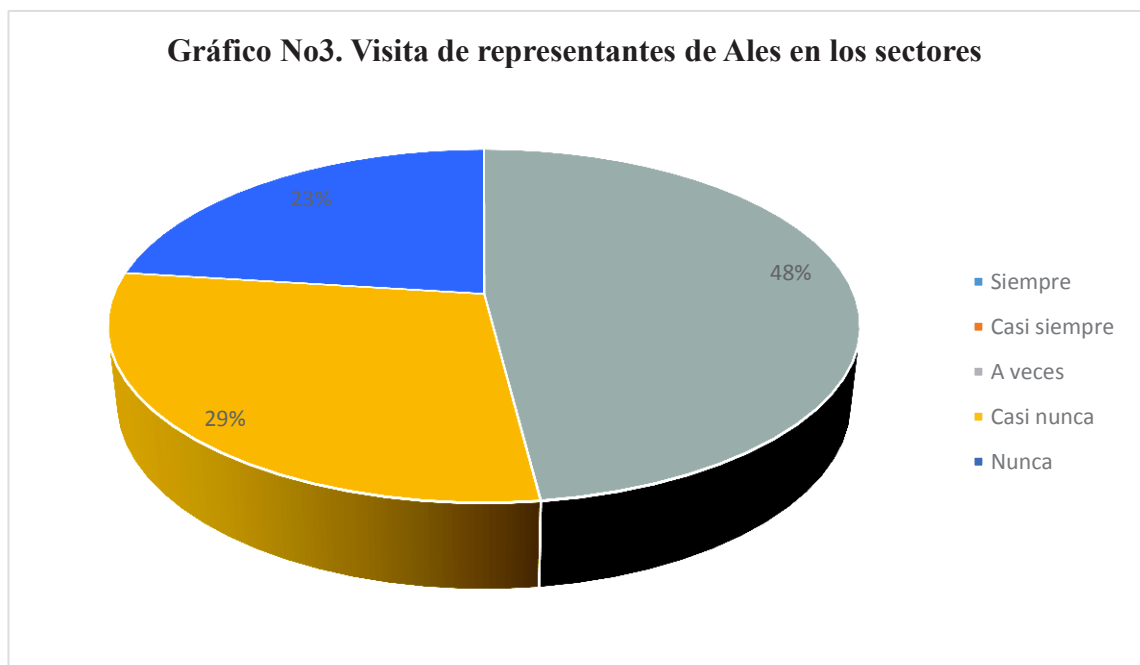
Los encuestados fueron enfáticos al decir que no han recibido ninguna clase de ayuda de apoyo social por parte de la empresa este señalamiento pertenece al 89% de la

muestra estudiada, mientras un 11% dice que el sector si ha recibido beneficio de responsabilidad social empresarial.

La percepción que tienen los barrios aledaños es que industrias Ales no ha realizado ninguna acción que los beneficia como grupos o los desconocen.

Pregunta No3

¿Han visitado a su comunidad representantes de Industrias Ales para conocer sus necesidades?



Fuente: *Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales.*

Análisis e interpretación

Para iniciar una campaña de apoyo social se necesita conocer los problemas y necesidades de la sociedad en los ámbitos económicos, ambientales y sociales, para ejecutar estrategias de solución a estas contrariedades.

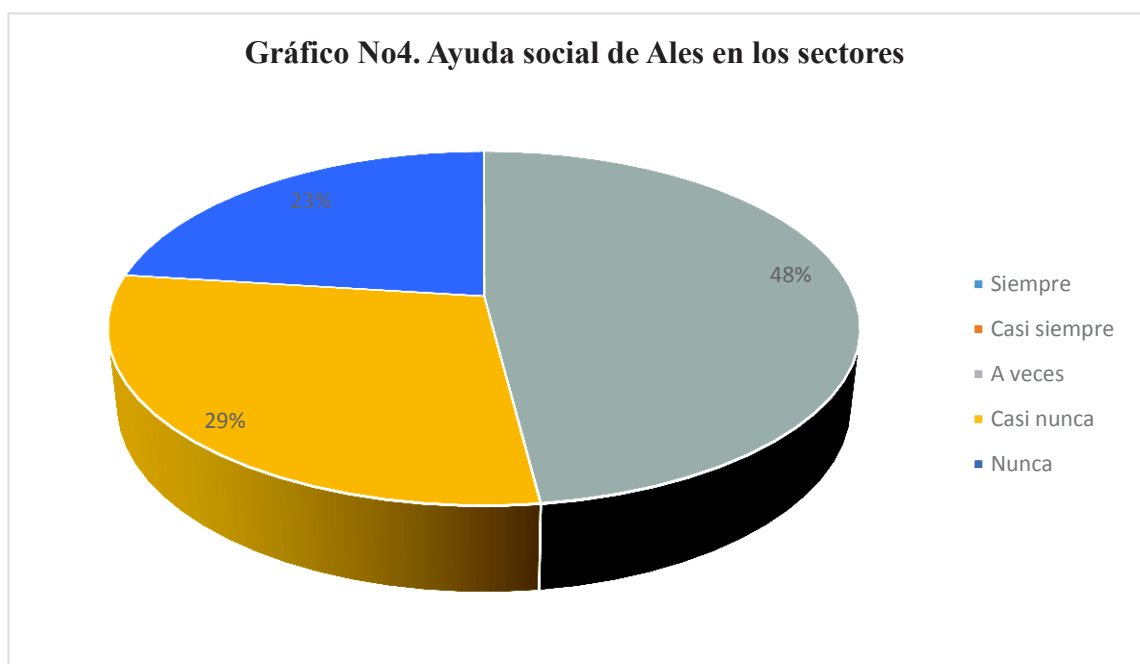
En esta pregunta el 48% de los encuestados afirma a veces llegan representantes de la empresa Industrias Ales a recolectar datos sobre el estado de conformidad por las

emisiones de olores y sobre el estado de salud de los habitantes; por otra parte, un 29% señalan que casi nunca la empresa realiza campaña para saber las necesidades que el sector en el que viven atraviesa; un 23% culmina diciendo que nunca la empresa se ha preocupado por las necesidades que el sector atraviesa por la contaminación que esta ocasiona.

Estos resultados demuestran una tendencia clara, que es la falta de confiabilidad que tienen los habitantes que viven en las cercanías de esta empresa, y un sentido de rechazo hacia la empresa porque a pesar de emitir cantidades considerables de contaminación ambiental, no se preocupan por remediar de cierta manera las afectaciones, tratando de conocer las necesidades de los habitantes vecinos a la empresa y dar en parte solución a esas necesidades.

Pregunta No4

Cuando la comunidad requiere alguna ayuda social ¿Industrias Ales colabora para llevarlas a cabo?



Fuente: *Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales.*

Análisis e interpretación

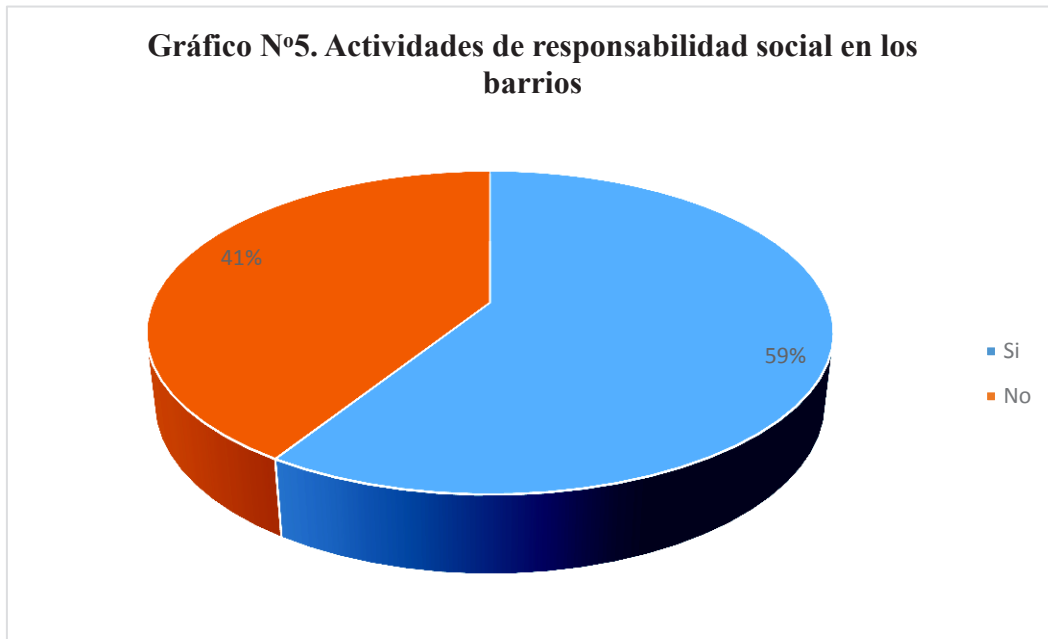
La Responsabilidad Social que aplican las empresas su mayor parte la realizan para la comunidad, la comunidad en muchos casos se convierte en el ente regulador y se deben a ellos para permanecer en el lugar.

Los resultados en esta pregunta se relaciona con la interrogante número 3, estableciendo que un 48% de los encuestados afirma que en ciertas ocasiones Industrias Ales brinda ayuda a los pedidos que el comité barrial solicita o de modos que lo haga de forma particular o grupos con mismos intereses para el sector, un 29% señaló que casi nunca brindan la ayuda que se solicita o en ocasiones tardan varios meses en dar respuesta; mientras un 23% manifiesta que esta empresa nunca les ha brindado ayuda.

La ayuda social que mantiene Industrias Ales con su comunidad no es muy buena, no existe el sentimiento de solidaridad con su entorno. Lo que es cierto es que las empresas no están obligadas a emitir ayudas de índole social; sin embargo, no crear un proyecto de responsabilidad social en beneficio a su comunidad es un error gravísimo que cometen ciertas instituciones lo que hace que se debilite su imagen corporativa y su reputación.

Pregunta No 5

¿Considera que Industrias Ales de alguna manera estaría contaminando a su comunidad?



Fuente: Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales

Análisis e interpretación

La globalización y la implementación de industrias afectan al medio ambiente y por ende la salud. Las empresas socialmente responsables tratan de contrarrestar esta problemática implementando estrategias de acuerdo a los estudios previamente analizados.

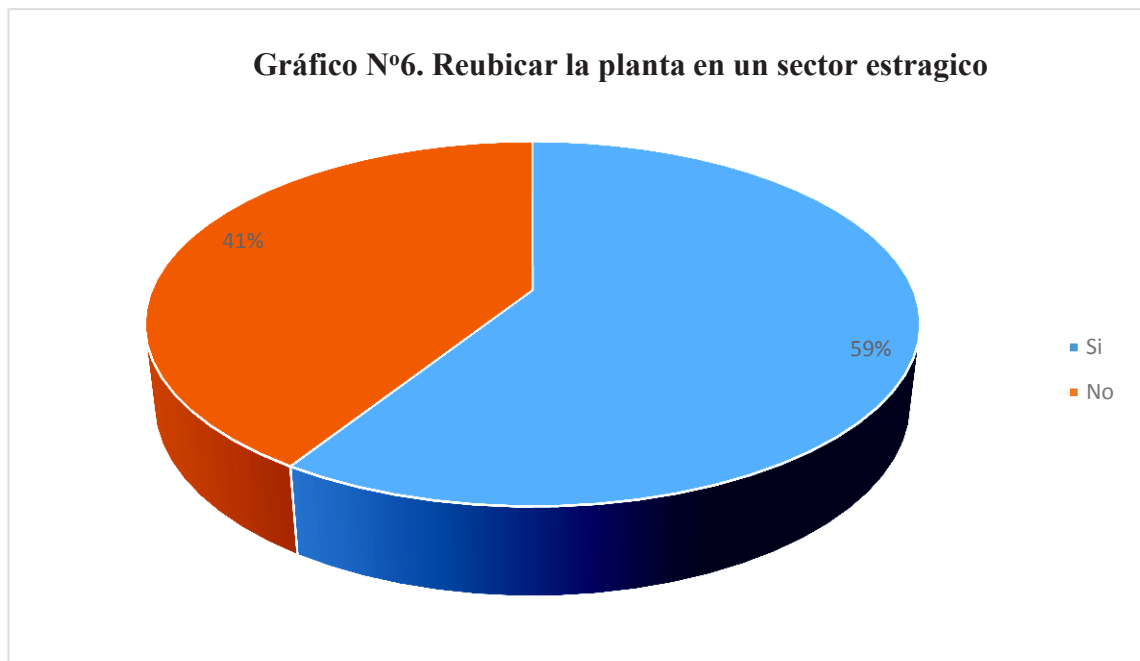
El gráfico muestra opiniones divididas; el 59% de los encuestados piensa que Industrias Ales si contamina el medio donde se encuentra, mientras que un 41% piensa totalmente lo contrario manifestando que no afecta su entorno.

Todas las industrias en sus procesos de elaboración de productos por lo general utilizan maquinarias que emiten gases ambientales en los sectores aledaños a la institución. Las empresas responsables con el planeta realizan proyectos para evitar

estas situaciones o construyen programas para minimizar los problemas reales; y precisamente analizando las respuestas anteriores es lo que hace Ales, muy pocas veces ayuda a su alrededor en aspectos nada relacionados al cuidado ambiental.

Pregunta No6

¿Cree usted que Industrias Ales deba realizar sus operaciones en un parque industrial fuera del centro de la ciudad?



Fuente: *Habitantes de los barrios aledaños a la empresa Industrias Ales*

Análisis e interpretación

La ubicación de una institución es un tema de importancia no solo para atraer clientes o suplir la necesidad de tener un espacio propio, sino también para respetar las leyes de la ciudad o del lugar donde inicia su actividad comercial.

El gráfico demuestra que el 59% de los encuestados prefiere que Industrias Ales sea reubicado en un lugar alejado del que está, mientras que el 41% de los encuestados no está de acuerdo con esta pregunta.

Es notable que la ciudadanía no está de acuerdo con que Ales opere en el lugar donde actualmente lo está haciendo, aunque sus inicios fueron en el mismo lugar, aquel sector es muy concurrido y tiene muchos habitantes; por su actividad comercial debería ser reubicado en sectores alejados a la ciudad.

5.2 Análisis de la entrevista a la Lic. Cecilia Gómez Jefe del departamento financiero de Industrias Ales y Dr. Enrique Azua gerente general de Industrias Ales

Industrias Ales luego del terremoto tuvo ciertas afectaciones administrativas y en infraestructura por lo que fue necesario suspender todas las actividades de Responsabilidad Social a nivel externo, es decir, hacia la comunidad; sin embargo, a nivel interno se incrementó la ayuda, se donó alimentos y medicina a los empleados de la Institución y sus familias, además de ser posible la donación de dos viviendas totalmente nuevas, asimismo para los proveedores la forma más eficiente de ayudar fue reduciendo costos de producción mediante la asesoría de un equipo multidisciplinario. Aunque indican que su mayor responsabilidad social ante la comunidad es ofrecer productos altamente garantizados.

Anteriormente, para la comunidad se ofrecían becas de estudio mediante proyectos elaborados en colaboración con otras empresas del sector educativo, pero se espera en unos años volver a retomar aquellas iniciativas en beneficio a la ciudadanía ecuatoriana.

Industrias Ales constantemente informa a la ciudadanía de todos los proyectos que están llevando a cabo y sus beneficiarios, esa es la forma más eficaz que han encontrado para mantener informados a su público, pero si el tema tiene un grado de interés superior se realizan las ruedas de prensa.

6. Conclusiones

Después de analizar en detalle la tabulación de datos se concluye que:

- La Responsabilidad Social Empresarial actualmente es considerada como una estrategia utilizada por las empresas para construir o mejorar su imagen institucional, su impacto genera en su mayoría de veces opiniones positivas.
- Industrias Ales hace casi dos años, ha suspendido sus programas de Responsabilidad Social en beneficio a los sectores adyacentes a donde están ubicada, anteriormente su aporte se daba principalmente en el área de educación brindando becas a los niños.
- Los habitantes de las comunidades aledañas a Industrias Ales no tienen definido el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y por lo general es confundida con los conceptos de ayuda social.
- Los proyectos realizados ahora están encaminados a beneficio de su público interno, un punto positivo para la Institución para que los integrantes se sientan identificados con su lugar de trabajo y exista mayor armonía laboral.
- Recogiendo los diversos criterios que arrojan este proyecto de investigación de forma general se concluye que para las empresas socialmente responsables incluye generar gastos, ya que si bien es cierto las empresas lo realizan sin fines de lucro, más bien para ayudar a las comunidades que se encuentran rodeadas por la empresa.

7. Recomendaciones

A partir de las conclusiones se recomienda lo siguiente:

- Crear proyectos socialmente responsables en beneficio de todos aquellos que componen la empresa en concordancia con los lineamientos y la filosofía de la institución, de tal forma que genere impacto positivo en la imagen de Industrias Ales.
- Continuar con el proyecto educativo para los niños y desplazarse a otros campos que también son necesarios como el deporte, arte o aportar en proyectos que beneficien a personas con problemas sociales.
- Socializar los planes creados para la comunidad con ellos, de tal forma que sean partícipes y genere opinión pública.
- Prolongar las actividades de Responsabilidad Social a nivel interno con la finalidad de mantener a sus integrantes motivados y genere un ambiente laboral adecuado.
- Desarrollar programas ambientales para disminuir en gran medida los desechos tóxicos que Industrias Ales emana, afectando a la ciudad.
- Implementar programas de RS donde se involucre a la comunidad como actor participe de los proyectos mancomunados que desarrolle la organización, este alcance nos invita a conocer que este ejercicio comunitario de impactos ambientales y sociales no solo es responsabilidad de las organizaciones, sino también de la comunidad.

8. Cronograma de Actividades

Actividades	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recopilación de información, soporte bibliográfico	■	■	■	■	■	■	■	■				
Elaboración de la formulación del problema y marco conceptual			■	■								
Diseño de la metodología de investigación					■	■						
Elaboración del estado de arte y marco teórico						■	■	■				
Elaboración y realización de las entrevistas									■			
Análisis y tabulación de los resultados											■	■

9. Recursos generales

a. Recurso humano

Para esta investigación se necesitó la ayuda del tutor designado por la comisión correspondiente de la facultad ciencias de la comunicación además se contó con el apoyo de la señora Cecilia Gómez quien brindó una entrevista para poder concluir con los resultados.

b. Recursos materiales

Se utilizó una computadora con acceso a internet, fotocopias, y materiales de oficina. Además de libros, periódicos, revistas, y otras fuentes de investigación.

10. REFERENCIAS

- ÁVILA, R. (2012). la empresa y la responsabilidad social. revista de desarrollo, economía y sociedad. 1(1). 115-122, 23.
- BETANCUR, H, (2010). La ética de la responsabilidad social, institución universitaria de envigado, 9, p.71-73
- CHASQUI. 1(12). 47-52.
- CHIRINOS, E; FERNÁNDEZ, L; & SÁNCHEZ, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. razón y palabra. 17(81). 1-18.
- COLMENARES, M, & COLMENARES, R. (2015), La responsabilidad social empresarial, en el sector alimenticio venezolano. Negotium. 10(30), 87-107.
- CURTO, M. (2016). La responsabilidad social interna de las empresas. cuadernos de la cátedra “la Caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo. 1(17). 1,19.
- FERRE, Z, MELGAR, N; PASTORI, H; PIANI, G; & ROSSI, M. (2011). la responsabilidad social empresarial en Uruguay: una visión comparada desde la ciudadanía y desde las empresas. semestre económico. 14(30), 105-120.
- GOMES, B; & MARTÍNEZ, R. (2015). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. anagramas. 14(28). 33- 49.
- HARO, A., BENÍTEZ, M., & CABA, M. (2011). Responsabilidad social corporativa en el sector eléctrico. revista finanzas y política económica. 3(2), 49-63.

- INEC (2010) *Censo poblacional y de vivienda*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado de:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- JUAN, D. (2015). Ética de negocios internacionales, la próxima frontera de la responsabilidad social. *revista de responsabilidad social*. 1(21), 37-62.
- LATIMARAT, G. (2010). Responsabilidad social con el desarrollo humano sostenible caso: comunidad huataracu de la provincia de Orellana. (título de licenciada en gestión social). pontificia universidad católica del ecuador.
- MEDINA, A; & SEVERINO, P. (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. *revista contabilidad y negocios*. 9(17), 63-72.
- MOCHALES, G. (2013). Modelo explicativo de la responsabilidad social corporativa (maestría), universidad complutense de Madrid.
- MOLINA, M; & MOYA, I. (2013). El comportamiento financiero de las empresas socialmente responsables. *investigaciones europeas*. 16(2), 15-25.
- MOLINA, S. (2007). Análisis de la percepción que tienen los grupos de interés de la empresa petrolera Repsol ypf, en su relación a su labor social (licenciatura). Universidad de las Américas.
- MORENO, A (2013). Metodología de elaboración de una cuenta de resultados de la RSC como herramienta estratégica de negocio. *Revista de responsabilidad social*. 3(15), 73-99.
- PIÑEIRO, J; & Romero, N. (2011). Responsabilidad social empresarial y resiliencia. *revista galega de economía*. 20(2), 1-34.

- RAMÍREZ, J. (2016). Estudio del impacto de la gestión de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas en Perú. casos: bcp, Kimberly Clark y afp integra-sura. *razón y palabra*. 1(22), 43-73.
- RAMOS M; & D'ARMAS, M, (2016). Modelo de responsabilidad social empresarial para las grandes empresas de ciudad Guayana. 1(12).
- RODRÍGUEZ, P. (2014). Responsabilidad social corporativa: caso BBVA. (tesis doctoral), universidad complutense de Madrid.
- ROSARIO, L., ALVARADO, J; & LUNA, J. (2015). Responsabilidad social en la relación universidad-empresa-estado. *educación y educadores*. 18(1), 95-110.
- RUIZ, I & CASTILLO, A. (2015). Responsabilidad social de las empresas en España. *prima social*. 1(14). 302, 335.
- SEGOVIA, G. (2012). Estudio de las prácticas de responsabilidad social corporativa en productos lácteos Floralp s.a. (título de maestría), facultad latinoamericana de ciencias sociales sede ecuador.
- SUAREZ, P. (2010). Responsabilidad social empresarial del ecuador casos de aplicación (ingeniería), universidad de cuenca.
- TUÑEZ, J. (2012). RSC: reputación, sostenibilidad, compromiso. *revista Latinoamérica de comunicación*. 1(167). 61-66.
- VALAREZO, K., & GUTIÉRREZ, I. (2013). La responsabilidad social interna de las empresas.
- VIDAL, M. (2015). El papel de las organizaciones sociales en la consolidación institucional de la responsabilidad social empresarial a través de sus relaciones con las compañías y los distintos grupos de interés. *revista de responsabilidad social*. 1(21), 109-135.

- VOLPENESTA, J. (2012). Las acciones sociales en empresas con responsabilidad social. revista científica visión futuro. 16(2). 1-26.

11. ANEXOS

Encuesta aplicada a la comunidad del sector de industrias ales de la ciudad de Manta.

OBJETIVO

Establecer un análisis aplicado a la comunidad cerca de industrias ales con el fin de conocer si conocen o les comunican las prácticas de responsabilidad social que esta maneja.

Estimado joven, señor o señora:

Una egresada de la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad ciencias de comunicación de la carrera de comunicación organizacional y relaciones públicas, está realizando un estudio previo la obtención del título licenciada en comunicación con el objetivo es conocer si la comunidad está informada y beneficiada por la práctica de responsabilidad social.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad Ciencias de la Comunicación						
Encuesta de prácticas de Responsabilidad Social						
Realizadora: Lesly Vera						N.º:
edad					genero	
20 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	más de 60	Masculino	Femenino

1) ¿Sabe usted que es Responsabilidad Social?	
Si ()	No ()

2) ¿Conoce usted si Industrias Ales realiza Responsabilidad Social?	
Si ()	No ()
3) Si su respuesta es sí ¿Conoce de algunas acciones que ha puesto en práctica Industrias Ales?	

4) ¿Su comunidad ha sido beneficiada con los proyectos de Responsabilidad Social de Industrias Ales?	
Si ()	No ()

5) ¿Han visitado a su comunidad representantes de Industrias Ales para conocer sus necesidades?	
Si ()	No ()

6) Cuando la comunidad requiere alguna ayuda social ¿Industrias Ales colabora para llevarlas a cabo?	
Si ()	No ()

7) ¿Considera que Industrias Ales de alguna manera estaría contaminando a su comunidad?	
---	--

Si ()	No ()
--------	--------

8) ¿Cree usted que Industrias Ales deba realizar sus operaciones en un parque industrial fuera del centro de la ciudad?	
Si ()	No ()

FOTOS REALIZANDO LAS ENCUESTAS







