

**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación al título de:

TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

TEMA:

**ESTUDIO DEL ANÁLISIS A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS CON
INFLUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).**

Autora: María Belén Torres Vítores

Tutor: PhD. Illescas Prieto Simón Alberto

Guayaquil, Ecuador

2021

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

**Proyecto investigativo a la obtención del título de:
TECNÒLOGA EN ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS**

Tema:

**ESTUDIO DEL ANÁLISIS A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS
CON INFLUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÒN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).**

Autora:

Torres Vítores María Belén

Tutor:

Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es la Herramienta de primera mano que tiene el Buen Gobierno Corporativo desde la Alta Gerencia para utilizar como hilo conductor en la adquisición de la Rentabilidad, la consonancia de la Justicia Social y el complemento perfecto con la Conservación Ambiental. El trabajo, tiene como finalidad el diseño de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la gestión de las ventajas competitvas de la organización EDEHSA en la ciudad de Guayaquil, con el uso de los métodos exploratorio -descriptivo, con la aplicación de las técnicas de entrevista y encuesta, implementar un plan de acción para aplicar una metodología de prácticas de RSE .

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

EMPRESARIAL

VENTAJAS

COMPETITIVIDAD



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

**Trabajo investigativo a la obtención del título de:
TECNÒLOGA EN ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS**

Tema:

**Estudio Análisis en las Ventajas Competitivas con
influencia de un modelo de gestión sobre Responsabilidad
Social Empresarial (RSE).**

Autor:

Torres Vítóres María Belén

Tutor:

Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

Corporate Social Responsibility is the first-hand Tool that Good Corporate Governance has from Top Management to use as a common thread in the acquisition of Profitability, the consonance of Social Justice and the perfect complement with Environmental Conservation. The objective of this work is to design a model of Corporate Social Responsibility for the management of the competitive advantages of the EDEHSA organization in the city of Guayaquil, with the use of exploratory-descriptive methods, with the application of interview techniques and survey, implement an action plan to apply a methodology of CSR practices.

SOCIAL
RESPONSABILITY

BUSINESS

AVANTAJE

COMPETITIVENESS

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice general.....	vii
Índice de figuras.....	ix
Índice de cuadros.....	x

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema.....	4
Evaluación del problema.....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Objetivos general.....	5
Objetivos específicos.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	7
Antecedentes referenciales.....	15
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	25

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	27
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	30
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	32
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	32

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS...	36
PLAN DE MEJORAS.....	45
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1: Organigrama Funcional.....	31
Figura 2: Organigrama Funcional. Departamento de Finan.....	31
Figura 3: Plantilla de Trabajadores	32
Figura 4: Acta del arqueo de caja	38
Figura 5: Diagrama de flujo del procedimiento del arqueo de caja.....	39

ÍNDICE DE CUADROS

Títulos:	Páginas:
Cuadro 1:	
Resumen del procedimiento del arqueo de caja.....	40
Cuadro 2:	
<i>Causa y efecto de no tener la presencia del auditor.....</i>	<i>41</i>
Cuadro 3:	
<i>Causa y efecto de billetes falsos o deteriorado</i>	<i>42</i>
Cuadro 4:	
Responsables de la implementación del control interno al procedimiento de arqueo de caja en la empresa Promesa S.A.	50
Cuadro 5:	
Cronograma de la implementación del control interno al procedimiento de arqueo de caja en la empresa Promesa S.A.	51
Cuadro 6:	
Recursos financieros en la implementación del control interno del efectivo en el arqueo de caja en la empresa Promesa S.A.	

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Actualmente, las efectividades de los modelos de Gestión Empresarial se tornan difusos por la arquitectura de los elementos tradicionales con enfoques resultadistas, requiriendo en la actualidad utilizar como base, a las competencias para la generación de fidelidad entre los colaboradores a sus empresas.

La activación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial va creciendo en sentido exponencial en las organizaciones como consecuencia de las diferentes demandas que reciben del entorno, así como de la concienciación Empresarial.

La Gestión Empresarial no debe quedarse estática, sino que debe transformarse de una intención a una acción, que la llamaremos técnicamente estrategia para sumarse al esquema Empresarial como generador de ventajas competitivas para cumplir las metas y alcanzar con rotundo éxito el cumplimiento de la Visión y Misión.

Las empresas productivas que comulguen en su filosofía incluir a La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en su estrategia operativa, tendrán mayores probabilidades de alcanzar las ventajas competitivas para tornarse más visibles en su posicionamiento.

Ubicación del problema en un contexto.

La Empresa EDEHSA S.A tiene como giro de negocio la elaboración de estructuras de hierro, aún se maneja sin compromiso social, los lineamientos parten del cumplimiento exigente de normativas y no actúan por sus decisiones al equilibrio entre la Rentabilidad, La Justicia Social y la Conservación del Ambiente, las personas que trabajan en la empresa necesitan de bienestar y desarrollo en valores para llegar a los objetivos empresariales.

La organización debe integrarse a la comunidad generando co-responsabilidad por expectativas de mutuo interés para alcanzar la simbiosis con su entorno interno y externo con mira a los objetivos del Desarrollo Sostenible.

Se necesita de una transformación de paradigma que devuelva la esencia de la identidad laboral con Responsabilidad Social Empresarial guiado por proyectos, programas y planes sostenibles en la sociedad.

Tabla 1.

Situación Conflicto

Causas y Consecuencias de la falta de RSE como Ventajas Competitivas

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Rentabilidad inestable	Cancelación de colaboradores y deserción hacia otras empresas
Justicia Social poco desarrollada	Disminución de alianzas estratégicas
Conservación Ambiental no definida.	Ampliación de la cartera comercial

Nota Autor: *Torres Vítores María Belén*

Delimitación del problema.

CAMPO: Administración de Empresa

ÁREA: Gestión Empresarial

TEMA ASPECTO: Desarrollo sustentable

Formulación del problema.

¿Cómo incide un Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Ventajas Competitivas de la empresa EDEHSA en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil durante el período 2019-2020?

Variables de la investigación.

Variable independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Variable dependiente: Ventajas Competitivas

Evaluación del problema

Delimitado. - El problema estudiado trata de los efectos que genera la falta de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento, desarrollo y estabilidad de la empresa EDEHSA, lo que significa que se evaluará la relación entre el modelo y la adquisición de las ventajas competitivas en los stakeholders.

Claro. - Esto requiere aplicar un Plan de acción para llevar el seguimiento de la metodología basado en los resultados y tendencias

Evidente. – Que las relaciones entre los niveles jerárquicos se alineen a una nueva filosofía, compartiendo la misión, visión, principios, valores y virtudes corporativas en un marco de igualdad de intereses comunes estratégicos.

Relevante. – Las actividades que vamos a realizar con los colaboradores coadyuvarán a la solución a problemas de corte genérico y específico, promoverá la marca y el fortalecimiento del trabajo en equipo.

Original. - Novedoso, enfoque de administrar empresa desde una perspectiva holística e innovadora , que genere valor sostenido durante y después de la emergencia sanitaria mundial que estamos afrontando.

Factible. – se podrá dar soluciones desde el contexto educativo a la solución de problemas de la empresa EDEHSA en el contexto de rentabilidad, justicia social y protección ambiental.

Objetivos de la investigación.

Objetivo General.

Diseñar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la gestión de las ventajas competitivas de la organización EDEHSA en la ciudad de Guayaquil .

Objetivos Específicos.

- Diagnosticar los aspectos de Responsabilidad Social en la empresa con relación a las Ventajas Competitivas.
- Analizar el impacto del modelo de la Responsabilidad Social Empresarial para la fidelización en su cartera de clientes y consolidación de imagen corporativa
- Implementar un plan de acción para aplicar una metodología de prácticas de RSE .

Justificación del Problema.

La finalidad de éste trabajo de tesis es plantear la funcionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial de forma estratégica, como una metodología de valor agregado y que no solo sea un aporte al medio para que la empresa sea percibida como competitiva. Para poder comprender este procedimiento se aporta con la información necesaria para concienciar lo que es la RSE y como puede ser conducida a los objetivos estratégicos de la empresa. De tal modo se fortalece la importancia y la aportación de valor agregado a través de la RSE o RSC y que características pueden ser analizadas e introducidas con enfoque cualitativo y cuantitativo.

Entender que las acciones de RSE, significan un valor abstracto, está distante, a pesar que las empresas incurren en la demora de su implementación. La RSE se transforma en una herramienta de vital importancia para el marco estratégico.

Hay que desparadigmatizar que lo idóneo es corroborar que se está responsabilizando socialmente al presupuestar montos a acciones sociales muy distante de solucionar los requerimientos al momento del entorno o de los involucrados que participan al interior de la organización, cuando el objetivo ideal es el optimizar la imagen corporativa de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes Históricos.

Entre los años setenta y ochenta, como efecto del crecimiento exponencial de las organizaciones en los factores: Social y Económico, se repunta la filosofía de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE; desde la perspectiva de la comunidad, la organización se ha transformado en un relevante ente social, cuyo papel es importante conceptualizar en variables idóneas acordes del entorno. La transformación de concepciones empresariales, conlleva los costos sociales originados por su actuación, frente a la carestía de las bondades socioeconómicas de la organización.

Las conceptualizaciones sobre la difusión de una responsabilidad de las organizaciones hacia la comunidad, responsabilidad social empresarial entendida como una responsabilidad integral, económica, socio-cultural y ambiental, manejando una actitud con un paso adelante hacia la implementación en la filosofía de valores y proyecciones. De inicio se avizoraba como una ideología (Reyno, 2007), se transformó consecuentemente, en un legado científico, de tal manera que se consolida en una teoría significativa y sólida.

Existe la controversia sobre la definición de Responsabilidad Social Corporativa en las organizaciones, si tiene un alcance de rentabilidad o más. Por lo regular, la organización como unidad productiva se enmarca en la economía de una nación por sus productos y servicios para el cumplimiento de requerimientos sociales. La empresa participa con su actividad económica, es inherente al aspecto social alineado a los alcances los factores políticos y económicos y social aspirados por el entorno (Jiménez, 2016).

Es la coherencia de una filosofía en valores con el comportamiento, espontáneamente concebida por una organización en virtud y cumplimiento de sus demandas en subsanación de los impactos provocados a los involucrados o su entorno. (Castillo, 2004).

Ésta definición requiere unas puntualizaciones:

- La RSE o RSC no es un apéndice de la actividad económica, ni circunstancial, sino una nueva filosofía empresarial con enfoque social en su misión, visión principios, valores y virtudes, reflejado en sus estilos de actuación.
- Requiere comprometerse y practicar la rendición de cuentas, con gestión en sus procesos empresariales.
- No es individualista, sino generalista, donde los valores sociales deben estar mancomunados a la cultura organizacional, filosofía empresarial, objetivos estratégicos y las políticas, con enfoque integral.

Durante 1990, la Responsabilidad Social Corporativa se ha articulado con la ética de las empresas, la teoría de los Stakeholders y los estilos de actuación social (Carroll, 1999), que puntualizan el problema. Últimamente tópicos como Just –Commerce, Desarrollo sostenible, Inclusión Social, Vinculación con la sociedad Arbitraje y Mediación socio- familiar, la protección a los derechos del Niño y los Adolescentes y el paso de la Industrialización a la Gestión del Conocimiento, ha catapultado a la responsabilidad Social Corporativa o Empresarial.

Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

La RSE o RSC, actualiza la concepción de la organización, facultándola a ésta una gestión integradora, que es más que cumplir con la variable económica, la que se incluye en el Desarrollo Sustentable: Rentabilidad, Justicia Social y Conservación Ambiental

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea: “La RSE es la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales:

- Es integral, comprende un conglomerado de áreas de la organización.
- Secuencial como una hoja de ruta al éxito.
- Se segmenta de acuerdo al número de colaboradores de la organización y sus resultados impactan en el entorno o ecosistema empresarial.

El equilibrio de la rentabilidad, la justicia social y la conservación ambiental orienta a las organizaciones para generar cambios significativos en sus objetivos estratégicos y las metas comprometidas con todos los involucrados. Los factores que influyen son los siguientes:

- Mundialización
- Impactos sociales y ambientales
- Innovación empresarial
- Aumento y posicionamiento de empresas multinacionales
- La implementación del modelo de la cadena de valor de Michael Porter
- La cobertura digital mundial.

Tipos de grupos de interés

ENTORNO	CATEGORÍA	ATRIBUTOS
INTERNO	Propietarios-Accionistas	Participación patrimonial en la propiedad de la empresa: accionistas mayoritarios y minoritarios, únicos y convenios de sociedad interna
INTERNO	Gerentes	Planifica, organiza, direcciona y controla las fases de la empresa hacia los objetivos.
INTERNO	Colaboradores	Generan valor en la organización, con acuerdos contractuales o de servicios prestados con pago de remuneraciones

EXTERNO	Clientes.	Personas a los que son dirigidos los objetivos empresariales.
EXTERNO	Proveedores	Aportan con la materia prima e insumos en general .
EXTERNO	Competidores	Organizaciones del mismo u otro giro de negocio , que ofrecen el mismo u otro producto o servicio, teniendo como misión establecer alianzas estratégicas.
EXTERNO	Grupos gremiales	Adjuntos que persuaden en la Gestión procesual de la organización como sindicatos, asociaciones ,etc.
EXTERNO	Cuarto poder	Grupos mediáticos , ONG., etc.
EXTERNO	Entorno local	Entidades pública o particular, denominaciones religiosas asociaciones y fundaciones, grupos políticos.
EXTERNO	Entorno nacional	Organizaciones pública o particular que influyen en la empresa de forma directa.
EXTERNO	Proyección generacional	Entorno ambiental, cultural y social de las nuevas tendencias juveniles.
EXTERNO	Gobiernos	Administraciones de política pública.
EXTERNO	Acreedores	Persona, física o jurídica, que legitima un pago.

Autora: Torres Vítores María Belén

Antecedentes referenciales

En el mundo se ha estado produciendo una integración a gran escala, en la que se hace imprescindible entender al mundo como un todo y no como partes separadas; pues, se han integrado conocimientos, información, datos, prácticas económicas, prácticas comerciales, así como problemas sociales de fondo tales como: la pobreza, la hambruna, la contaminación del aire, del agua y de la tierra, o la migración ilegal de personas. (Díez, 2005) Lo que ha despertado la preocupación de las sociedades y los Gobiernos, dado que tanto las personas como el medio ambiente se estaban viendo agredidos severamente por los efectos del capitalismo que no ha dado salida a la crisis ambiental . Circunstancias que han promovido preocupación a todo nivel, dando origen a la Responsabilidad Social Empresarial.

La RSE nace en el primer cuarto del siglo XX; fortaleciéndose desde los 50's gracias a la Conferencia de Estocolmo del año 1972, más tarde en el año 1987 se solidifica con el Informe Brundtland, y en el año 1997 el concepto de Responsabilidad y protección al medio ambiente se profundiza en los países con el protocolo de Kioto, puesto que se extiende al mundo.

Como una casa grande que debe ser cuidada y mantenida en condiciones adecuadas para los que vienen.

Además, con el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional; o el mismo Pacto Mundial se concientiza a todos los actores de la sociedad sobre lo importante del medio ambiente y la responsabilidad que cada uno posee sobre el mismo. Entonces, nace la idea de que si las empresas usan recursos que posee la sociedad, las empresas deben devolverle a la sociedad los beneficios que obtienen por ese uso; reconociendo la importancia al entorno ambiental; dejando como resultado Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para resolver problemas de fondo, pero desde la perspectiva empresarial. (Turriago, 2008)

La Responsabilidad Social se ha institucionalizado a través de distintos organismos alrededor del mundo; evolucionando con el paso los años hasta llegar a ser un aspecto importante para la sustentabilidad en las organizaciones de la sociedad civil, del estado y de las ONG.

En los inicios de la Responsabilidad Social se hacían acciones de filantropía (regalos a fundaciones u hogares, entrega de materiales a colegios, aportes en dinero u otro); sin embargo, hoy por hoy se asocia a la gestión empresarial comprometida con sus stakeholders. Es decir, las organizaciones deben hacerse cargo de su cadena de valor, de los impactos negativos y positivos de su quehacer como organización.

En tanto, debido a que la sociedad está cada vez más interesada por problemas ambientales, sociales o de carácter ético, las empresas deben abordarlos en profundidad y adquirir un compromiso permanente con todos los grupos de interés.

El objetivo es estimular una reflexión a nivel europeo sobre un tema concreto.; creando un marco para la responsabilidad social de las compañías; identificando la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas o la integración espontánea en los procesos de comercialización y sus influencias con sus mediadores a las preocupaciones sociales y medioambientales; promoviendo los buenos ejemplos de responsabilidad social para involucrar a que los negocios busquen aprovechar el poder de la empresa para resolver problemas sociales y medio ambientales presentes en sus sociedades.

La Responsabilidad Social Empresarial demuestra que, para lograr superar los problemas actuales, debemos pensar en el bien común por sobre el individual y asumir que cada una de las organizaciones debe cumplir un rol en la sociedad en la que está participando. (Cancino, 2008)

Por tanto, no es prudente seguir esperando que otros (el gobierno, las autoridades o las ONG) se hagan cargo de los impactos negativos que cada empresa genera lo cual se ha constituido en una parte fundamental de la

estrategia empresarial, dado que le proporciona de una ventaja competitiva.

La RSE gracias a la evolución que ha experimentado a lo largo del tiempo se la puede definir como un fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente (ISO 26.000-2010)

Complemente al Desarrollo sustentable, incluyendo a la salud, higiene y mejoramiento de las expectativas de vida.

Lo que le permitirá ser socialmente responsable a la empresa, tanto en cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas establecidas en estos ámbitos, como en ir más allá, invirtiendo en capital humano, en las relaciones con el entorno y con la sociedad en que opera.

La Responsabilidad Social se identifica con las siguientes características genéricas según la Norma ISO 26000:2010:

- Los lineamientos de la Responsabilidad Social en las organizaciones van dirigidos a los procesos de mejora continua en la gestión de procesos empresariales, con el objetivo de mitigar los impactos que la actividad empresarial genera sobre el ambiente y la sociedad presente y futura; buscando ser auto sostenible en el tiempo, para lo que se trabajará en tres ámbitos: rentabilidad, justicia social y medioambiente
- Transversalidad: La RSE al ser entendida como una nueva cultura que atraviesa a toda la organización en todos sus niveles, ámbitos, acciones, políticas y funciones, por tanto, la RSE debe ser comprendida y ejecutada desde la alta dirección hasta los colaboradores de todos los niveles.
- INSUMOS: La organización debe tener en cuenta los requerimientos y tendencias de los involucrados en las decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE; así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.

- Mejora continua: La RSE exige que se innove y mejore continuamente en cuanto a las necesidades de los grupos de interés para que el modelo mantenga a flote a la organización.

En tanto su éxito se adquiere con transparencia y participación de las áreas interesadas en todas las fases del proceso y la vinculación tanto de los pensadores de la RSE como de sus stakeholders.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Agenda 2030.

En el 2015, 193 países que pertenecen a las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 para corroborar su apoyo al Desarrollo Sostenible en que las personas, el planeta Tierra, el porvenir, la paz y los acuerdos internacionales constituyen un eje para las decisiones presentes con visión al futuro.

Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)

Son parte de la agenda antes descrita, son 17 y reemplazan a los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) delineando las directrices de las Naciones Unidas hasta el año 2030.

Formas de Control.

- a) Veedurías Ciudadanas: Son un grupo de ciudadanos/as, para vigilar y controlar los procesos y el desarrollo de un tema concreto y la importancia de la gestión pública?;
- b) Observatorios Ciudadanos: ¿Son espacios de control permanentes, de carácter territorial, sectorial o ambos?;
- c) Asambleas Ciudadanas: ¿Son un mecanismo que permite a las organizaciones debatir y decidir sobre asuntos de interés colectivo?;
- d) Rendición de Cuentas: Permite a las instituciones públicas transparentar su labor democratizando la información

- e) La Silla Vacía: Permite a un/a representante de la ciudadanía participar en los debates y en la toma de decisiones, en las sesiones de los gobiernos autónomos, descentralizados, de acuerdo al tema a tratarse.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 10 inciso segundo de la Constitución de la República de manera expresa dice: ¿La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución?; y los derechos de la naturaleza están regulados en los Arts. 71 al 74 ibídem, que disponen lo siguiente:

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen

La defensa del medio ambiente además se encuentra regulada en la Constitución de la República en los Arts. 11 No. 9, 14, 15, 27, 33, 51 No. 17, 71, 72 entre otros, que establecen de manera categórica que quien contamina paga; pues hay que recordar que el medio ambiente es el conjunto de elementos físicos, genéricos, sociológicos y de factores sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, a corto o largo plazo sobre los seres vivos y las actividades humanas; debiendo también señalar que el Código Penal sanciona los delitos relativos a la comercialización ilícita de combustibles derivados de hidrocarburos, incluido el gas licuado de petróleo y biocombustibles, luego del Art. 367 en varios artículos enumerados que van del 1 al 9 y que se encuentran publicados en el Registro Oficial 180 del 14 de septiembre de 2007.

Aprovecho la oportunidad para recordar una frase que escuché en un grado doctoral, de la Facultad de Jurisprudencia de la Universidad Central del Ecuador sobre el tema ecológico, y la distinguida hoy colega hacía énfasis Dios siempre perdona al ser humano, la naturaleza nunca

Art. 101 señala: Las sesiones de los gobiernos autónomos descentralizados serán públicas, y en ellas existirá la silla vacía que ocupará un representante o un representante ciudadano en función de los temas a tratarse, con el propósito de participar en su debate y en la toma de decisiones

El "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida",

Es el principal instrumento del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), y su objetivo es contribuir al cumplimiento progresivo de: 1. Los derechos constitucionales; 2. Los objetivos del régimen de

desarrollo y disposiciones del régimen de desarrollo (a través de la implementación de políticas públicas); 3. Los programas, proyectos e intervenciones que de allí se desprenden.

Se enmarca sobre dos pilares que son la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial equitativo. Se fundamenta en los logros de los “últimos 10 años” y pone en evidencia la existencia de nuevos retos por alcanzar, en torno a tres ejes principales: 1) Derechos para todos durante toda la vida; 2) Economía al servicio de la sociedad; 3) Más sociedad, mejor Estado, que contienen a su vez tres objetivos nacionales de desarrollo que rompen con la lógica sectorial y dan cuenta de las prioridades que tiene el país. Esta visión se enmarca, también, en los compromisos internacionales de desarrollo global, como la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Es inherente a la Empresa, forma de hacer gestión y negocio operativamente sustentable en los aspectos: Económico, Social y Ambiental, en relación con el beneficio de todos los involucrados de la organización en un marco ético ,independiente del tamaño, origen, giro de negocio, producto o servicio que tenga. (Cajiga, 2020)

Variable Dependiente: Ventajas Competitivas

Son atributos de una empresa, nación o persona posesionada en un nivel más alto de competitividad. (Sevilla, 2020)

DEFINICIONES CONCEPTUALES.

- Accountability. - Normas para la aplicación de estándares de RSE.

-AENOR. -Asociación Española de Normalización y Certificación de RSE

-Auditoría Social. -Evaluación de Eficacia social y comportamiento ético en alineación a sus objetivos corporativos.

-Balance Social -Documento que describe datos y cifras de las actividades sociales de la empresa.

-Código Ético. -Documento interno normativo que regula el comportamiento de las personas ante situaciones adversas.

-Conformidad(Compliance). - Procedimientos y políticas basado en el Código de Ética para garantizar la confidencialidad de los procesos en todos sus niveles.

-Criterios RSE. -Indicadores para definir la RSE.

-Empresa Familiarmente Responsable. -Modelo de gestión para garantizar la relación empresa-colaborador.

Ética de los Negocios. - Concepto para evitar conductas antiéticas para las administración general y humanizada en sus procesos.

ISO 26.000.-Un estándar voluntario y no certificable, elaborados por la ISO (Organización Internacional de Normalización)

Memoria de Sostenibilidad. -Documento que recoge información de los ámbitos económicos, sociales y ambientales.

-Ventaja Competitivas. -Cualquier atributo de una empresa, que la diferencia de un par, ubicándola en un nivel superior para competir.

-Liderazgo en costes. -Estrategia de Costos bajos.

-Sostenible. -Mantenerse durante cierto tiempo.

-Efecto Aprendizaje. -Inversamente proporcional, disminuye el tiempo de fabricación de un producto a medida que se va produciendo más cantidades

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1.- Presentación de la empresa.

Nombre: EDEHSA

Fecha de Constitución: 10 de agosto del 1978.

ESTRUCTURAS DE HIERRO EDEHSA S.A. es una empresa que inicia sus labores en el año 1978 que se dedica a la planeación, desarrollo y puesta en marcha de estructuras metálicas, que nace con la finalidad de robustecer el consumo de Hierro en la infraestructura ecuatoriana.

El compromiso se ve reflejado con la implementación de los métodos más modernos tanto para el análisis y el diseño de las estructuras, como para los procesos de fabricación y aplicación, resaltando el posicionamiento en más de 2.000 obras entregadas.

Cuenta con un departamento técnico de ingeniería y proyectos con una experiencia de 40 años que le ha permitido ser reconocidos como líderes en el segmento de las estructuras metálicas lo que aporta con la fortaleza de poder ofrecer soluciones óptimas e integrales a los requerimientos de los clientes.

Cuenta con 2 plantas en Guayaquil equipadas con puente grúas, patios de almacenamiento, soldadura por arco sumergido automático, sistema de perforado CNC, equipos de tratamiento superficial en cabinas de ambiente controlado, que no afectan a la Capa de Ozono.

En obra, contamos con equipos certificados de izaje, grúa torre, grúas telescópicas, generadores, compresores, retroexcavadora y equipos auxiliares que nos permiten acometer con seguridad los trabajos encomendados.

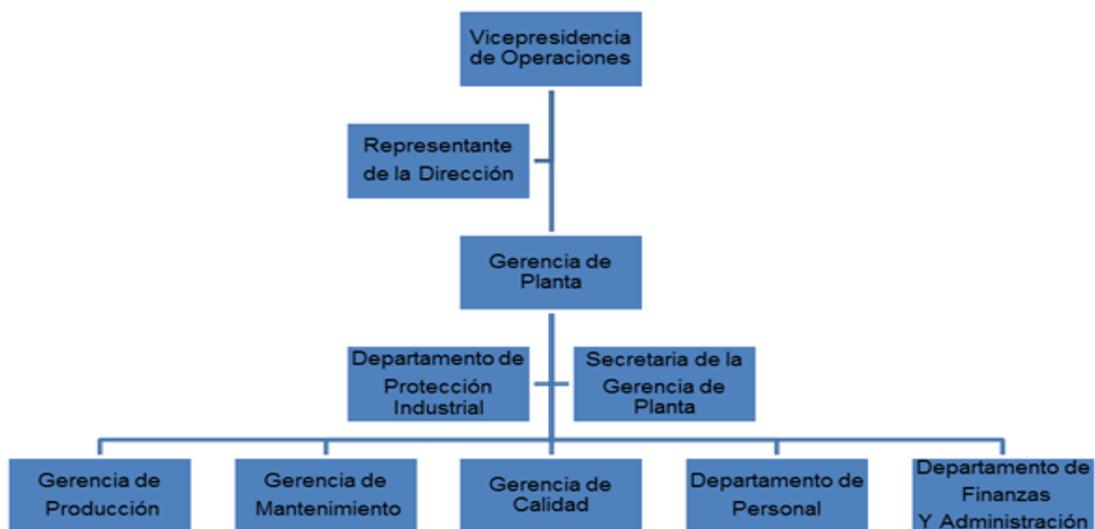
Misión de la empresa.

Liderar como compañía pionera, especializada en la planeación, desarrollo y puesta en marcha de estructuras metálicas, tanto para clientes nacionales impulsando el desarrollo de la industria del acero, como también para clientes extranjeros, brindando soluciones integrales innovadoras y de calidad.

Visión de la empresa.

Ser una empresa líder en la industria, orientados al desarrollo en la ingeniería, comercialización, fabricación y provisión de estructuras metálicas. Aliado con la principios, valores y virtudes de los clientes, ofreciéndoles las mejores soluciones a sus requerimientos, y destacando por nuestro compromiso con la calidad e innovación.

Estructura organizativa.



Logo de la empresa.



Figure 3: Logotipo

3.2.-Diseño de Investigación.

De Campo	Se realiza en medio del sector en el cual se realiza el servicio de taxi ruta y se busca tener un resultado más certero.
Bibliográfica	Recolección procesual y lógica que permite identificar, clasificar. analizar, sintetizar la información idónea de la RSE y las Ventajas competitivas
Científico	Con los pasos del método científico absolver las necesidades por medio de un solución del problema.
Cuali-Cuantitativo	Combinación de atributos y denominaciones numéricas o porcentuales que contrastan en la RSE y las Ventajas competitivas.
Documental	Es la prolija consulta de un problema hacia la solución mediante fuentes como textos, artículos científicos, trabajos investigativos de grado, proyectos de factibilidad; información de fuentes secundarias como entrevistas,

	encuestas, censos, estudios de casos, sondeos y grupo focal.
--	--

Elaborado: Torres Vítores María (2020)

La investigación tiene un enfoque Cualit-Cuantitativo o Mixto, que permite estudiar el fenómeno u objeto de estudio basado en los atributos y estimaciones numéricas en un mismo estudio, el trabajo investigativo documental, para encontrar, minar y caracterizar la información más relevante de fuentes primarias y secundarias, para estudiar los detalles que circunscriben las ideas que afianzarán los conocimientos coherentes del caso.

3.3.-Tipo de investigación.

La investigación es dinámica y sistematizada, conducida y estructural que tiene como fin primordial el encuentro del conocimiento sobre aspectos del universo y del hombre. (Leiva, 2013).

La investigación es un cúmulo de procedimientos de carácter crítico y ordenado basado en las experiencias sobre el estudio de una necesidad o problemática .
Hernández (2016)

Cuadro. - Tipología de Investigación

Descriptiva	Explicativa	Exploratoria	De Campo
--------------------	--------------------	---------------------	-----------------

<p>Observar y describir el comportamiento del sujeto, sin influenciar de ninguna manera en él, especifica las características más relevantes de las personas, grupos, comunidades u otros fenómenos. (Hernández, 2016).</p>	<p>Se encarga en buscar la relación causa-efecto entre la variable independiente y dependiente. (Miranda, 2013)</p>	<p>Se relaciona con un tema u objeto abstracto o poco analizado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto. (Miranda, 2013)</p>	<p>Consiste en la recolección de datos de los sujetos y de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna (Miranda, 2013)</p>
---	---	---	--

Elaborado: Torres Vítores María (2020)

Los tipos de investigación que se aplicó son el Exploratorio y el Descriptivo por ser un tema complejo, sobre el manejo administrativo y operativo de una empresa de Hierro, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil y el segundo permite analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa EDEHSA. (Hernández, 2016)

3.4.-Población y muestra

3.4.1.-Población

Es el conjunto de objetos de donde se obtienen los atributos de la investigación para en lo posterior estudiarlo.

Es el contexto en que se estima el comportamiento de los resultados. Bruzual (2016)

El universo o población elegida está constituida por las organizaciones del mercado de Acería, según el SRI de la ciudad de Guayaquil – Ecuador, se ha limitado 10 organizaciones que están organizadas legalmente y transparentan sus estados contables que aportarán los resultados esperados.

Población Finita: Tiene inicio y fin, para menos de 100.000 unidades de análisis

Población Infinita: Tiene inicio y no fin, para más de 100.000 unidades de análisis

Cuadro. - Población- Muestra-Técnica

Variable	Elementos	Cantidad	Técnica
Ventajas Competitivas	Presidente	1	Entrevista
	Gerente general	1	
	Gerente de producción	1	
Responsabilidad Social Empresarial	Colaboradores	50	Encuesta
Total		54	

Elaborado: Torres Vitores María (2020)

Se va a trabajar con el universo de 54 personas, que representan la fuerza laboral en los tres niveles: Gerencial, Táctico y Operativo de la empresa.

3.4.2.-Muestra .

“Conjunto de individuos con características similares, que conforman una población”. Alvarado (2013, pág. 107)

“Son unidades de estudio de análisis”. (Hernández, 2010, pág. 172)

3.4.3.- Tipo de Muestra.

La muestra puede presentarse Probabilísticamente y No Probabilísticamente, la primera presenta tres subclasificaciones : El primero requiere precisar el tamaño de la muestra, el segundo seleccionar unidades de análisis por Marco muestral o Procesos como tómbolas, números aleatorios (RANDOM), sistemas infórmáticos; el tercero por muestreo simple, estratificado y por grupos o racimos.

Cuando es No Probabilística se respalda en casos. (Hernández R. , 2016)
 En el presente trabajo se utilizará un muestra no probabilística por expertos para la entrevista y para la encuesta por participantes voluntarios.

Cuadro. - Muestreo

Muestras Probabilística	Muestra No Probabilística
	Estudios explorativos.
Estudio Exploratorio y Descriptivo, diseño de investigación por encuesta y entrevista	
Estudios Explicativos y Correlacionales	Casuística
	Testeo
	Sondeos por opinión y por estudio de mercado.
Resultados. La conclusiones se generalizan al universo y se conoce el margen error de nuestra estimación	El producto son especificaciones. El objetivo es conocer a profundidad la interacción de la variable independiente y dependiente.

Elaborado: Torres Vitores María (2020)

3.5.-Métodos de Investigación.

Es la metodología basada en métodos como: **Científico** para procesualmente levantar la información desde la identificación de problema hasta la generalización de los resultados, **Descriptivo** porque se identificarán los atributos de las variables tanto independiente como dependiente , **Inductivo y Deductivo** para sondear la influencia de las ventajas competitivas en los colaboradores, mandos medios y altos de la empresa EDEHS.A., **Analítico y Sintético** porque extraerá lo medular y se conceptualizará de acuerdo al tema de investigación.

Cuadro. -Métodos del Desarrollo de la Ciencia

Científico	La RSE, conocimiento de la realidad
Conceptual	Conceptualizar las variables
Comparado	Semejanzas y Diferencias con otras tesis en el Marco Teórico
Descriptivo	Reseña de atributos de la RSE y Ventajas Competitivas
Experimental	Manejo de las influencias del entorno
Dialéctico	Sistema contradictorio de pensamiento
Inductivo	Estudio de lo específico a lo holístico
Deductivo	Estudio de lo holístico a lo específico
Natural	Actitud científica pasiva del entorno
Sintético	Unificar los elementos de un todo
Analítico	Identificar los elementos de un fenómeno

Elaborado: Torres Vitores María (2020)

3.6.-Técnicas e Instrumentos de Investigación.

Se aplicaron las técnicas de la entrevista a profundidad a 2 funcionarios de las empresas muestreadas de forma no probabilística, recomendada por experto; igual en la encuesta con las dimensiones: Económica, Social y Medioambiental, con la herramienta del cuestionario o constructo . Rodríguez (2010)

Cuadro. - Técnicas e Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

- 2._ ¿Qué significa competitividad y responsabilidad social empresarial?
- 3.- ¿Qué es una empresa socialmente responsable?
- 4._ ¿La creación de puestos es de interés para la empresa?
- 5._ ¿La empresa promueve el crecimiento y desarrollo de los colaboradores?
- 6._ ¿La empresa se preocupa por la calidad de sus productos?
- 7._ ¿Cómo establecen los precios de los proyectos de Acería?
- 8._ ¿Cómo se promueven las relaciones de negocio con sus clientes?
- 9._ ¿Sus compras son responsables?
- 10._ ¿Qué características tiene las relaciones comerciales con otras empresas?
- 11._ ¿Operacionalmente tienen un servicio de quejas y sugerencias?
- 12._ ¿La actividad económica, justificaría una inversión pública?
- 13._ ¿Cómo mitigan el impacto ambiental de sus operaciones?
- 14._ ¿Utilizan fuentes de energías “Más Limpias”?
- 15._ ¿Tienen Cultura de Reciclaje?
- 16._ ¿Aplican Gestión en Marketing?
- 17._ ¿Qué porcentaje invierten en sistemas de información digital?
- 18._ ¿Tiene la empresa una Filosofía de Cultura Corporativa?

ENCUESTA

Objetivo: Analizar la Responsabilidad Social Empresarial en la Ventajas Competitivas de la empresa “EDEHSA” Marca con una “X” la respuesta de su criterio.

	Responsabilidad Social Empresarial. Cuestionario	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
	Dimensión Social	4	3	2	1
1	¿Se valora la inclusión de las personas con capacidades diferenciadas empresarial?				
2	¿Los salarios son justos y promedio?				
3	¿Existen programas de seguridad en salud ocupacional e industrial y laboral?				
4	¿Se colabora en Proyectos con Responsabilidad Social?				
	Dimensión Económica				
5	¿Se mantienen certificaciones internacionales que corroboran la calidad de nuestros proyectos de acería?				
6	¿Se mantienen los precios en relación con la calidad?				
7	¿Se potencia las relaciones de colaboración y mutuo beneficio con los proveedores?				
8	¿Promueve alianzas comerciales con otras empresas locales y nacionales?				
	Dimensión Medioambiental				
9	¿Se utiliza insumos de bajo impacto ambiental?				
10	¿Se promueven actividades relacionadas con la Conservación Ambiental?				
11	¿Se reducen las emisiones de gases de invernadero?				
12	¿Existe un Programa Sostenido de Reciclaje?				
	Éxito Competitivo				
13	¿Nuestros gestores tienen competencias gerenciales?				
14	¿Tenemos niveles de alta calidad en nuestros productos?				
15	¿Se cuenta con recursos tecnológicos y sistemas de información de punta?				

Elaborado: Torres Vitores María (2020)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA

1. ¿Se valora la inclusión de las personas con capacidades diferenciadas en la empresa?

ÍNDICES DE ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	0	0
2	2	4
3	8	16
4	40	80
TOTAL	50	100%

TABLA 1.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.



GRÁFICO 1.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 40 colaboradores manifestaron estar totalmente de acuerdo con las políticas de inclusión de la empresa, que 8 que es el 16% están de acuerdo al compartir labores con personas con capacidades diferenciadas, 2 de los colaboradores en desacuerdo porque los consideran que atrasan los procesos, correspondiéndole un 4%. Ninguno manifestaron estar en Totalmente desacuerdo., lo que nos hace sacar como conclusión que la variable independiente tiene una gran influencia sobre la dependiente en el trabajo .

2. ¿Los salarios son justos por encima del promedio laboral?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	0	0
2	2	4
3	6	12
4	42	84
TOTAL	50	100%

TABLA 2.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

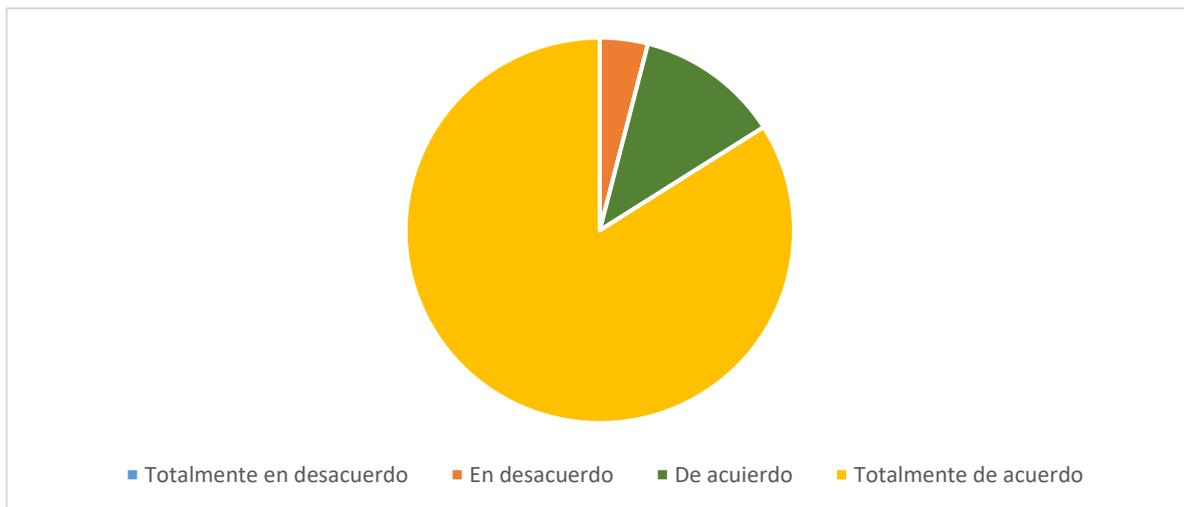


GRÁFICO 2.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 42 manifestaron que están totalmente de acuerdo con los pagos salariales, 6 de los colaboradores del están de acuerdo con el valor promedio de los salarios, correspondiéndole un 12%. 2 manifestaron en desacuerdo, con el 4% y ninguno en Totalmente desacuerdo, lo que nos hace sacar como conclusión que la organización paga justamente con todos sus beneficios a sus colaboradores.

3. ¿Existen programas de seguridad en salud ocupacional e industrial laboral más allá de los mínimos legales?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	4	8
2	6	12
3	10	20
4	30	60
TOTAL	50	100%

TABLA 3.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

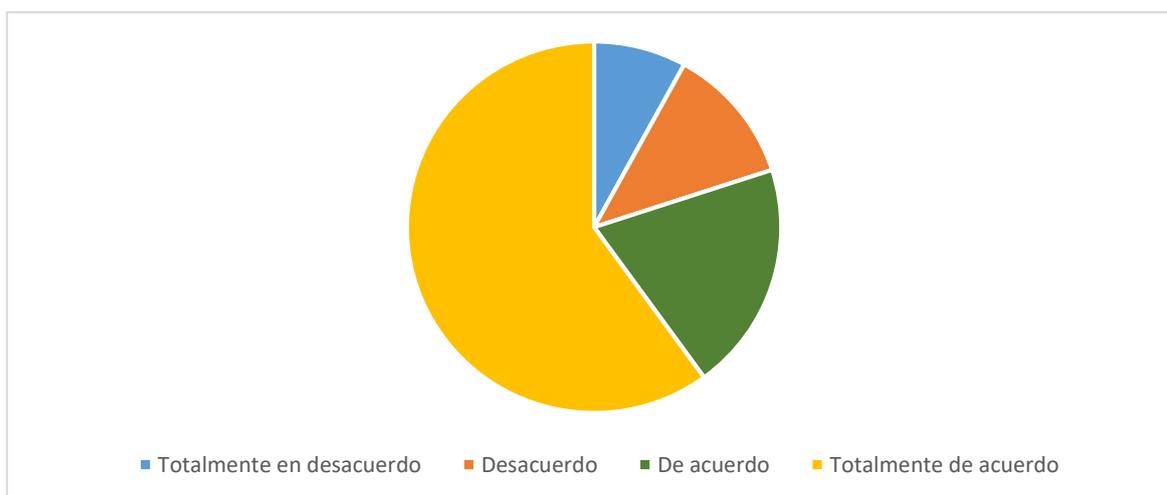


GRÁFICO 3.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 30 manifestaron totalmente de acuerdo con los servicios de Salud que garantiza el porvenir de ellos y su familia correspondiéndole un 60%. 10 manifestaron estar de acuerdo porque reciben una segunda opción de salud con un servicio, con el 20%, 6 en desacuerdo aduciendo que no utilizan el seguro social y 4 Totalmente en desacuerdo ya que merman el presupuesto de su salario, sin considerar las bondades de la salud ocupacional.

4. ¿Se colabora en Proyectos con Responsabilidad Social?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	10	20
2	10	20
3	20	40
4	10	20
TOTAL	50	100%

TABLA 4.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

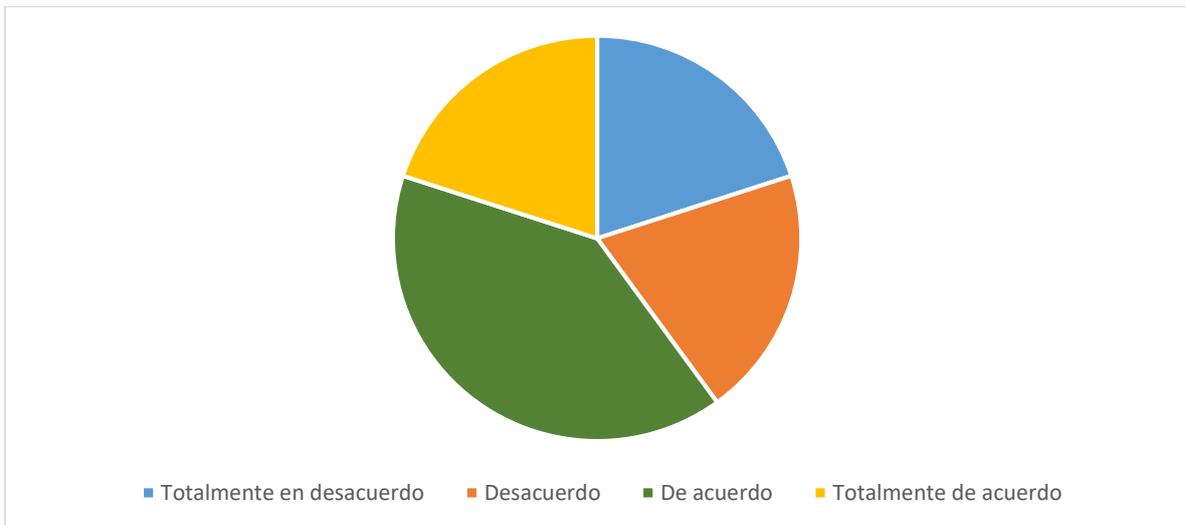


GRÁFICO 4.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 20 colaboradores están de acuerdo con los proyectos de Responsabilidad Social y compartieron en tres cantidades por igual desacuerdo, totalmente de acuerdo, en desacuerdo 30 manifestaron por separado en tres partes iguales el impacto de la Responsabilidad Social en la Empresa.

5. ¿Se mantienen certificaciones internacionales que corroboran la calidad de nuestros proyectos de acería?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	1	2
2	5	10
3	10	20
4	34	68
TOTAL	50	100%

TABLA 5.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

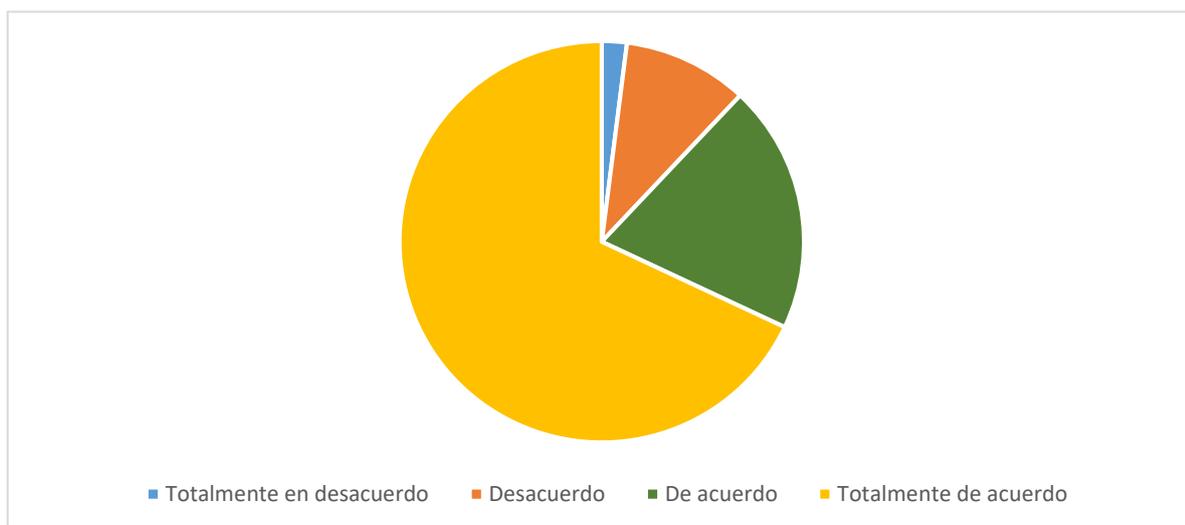


GRÁFICO 5.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 34 manifestaron que están totalmente de acuerdo con las certificaciones internacionales, 10 de los colaboradores de acuerdo con la calidad de proyectos de acería, 5 en calidad de proyectos de acería del , y uno totalmente en desacuerdo con las certificaciones internacionales aducen que no son significativas las certificaciones .

6. ¿Se mantienen los precios en relación con la calidad?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	1	2
2	1	2
3	3	6
4	45	90
TOTAL	50	100%

TABLA 6.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

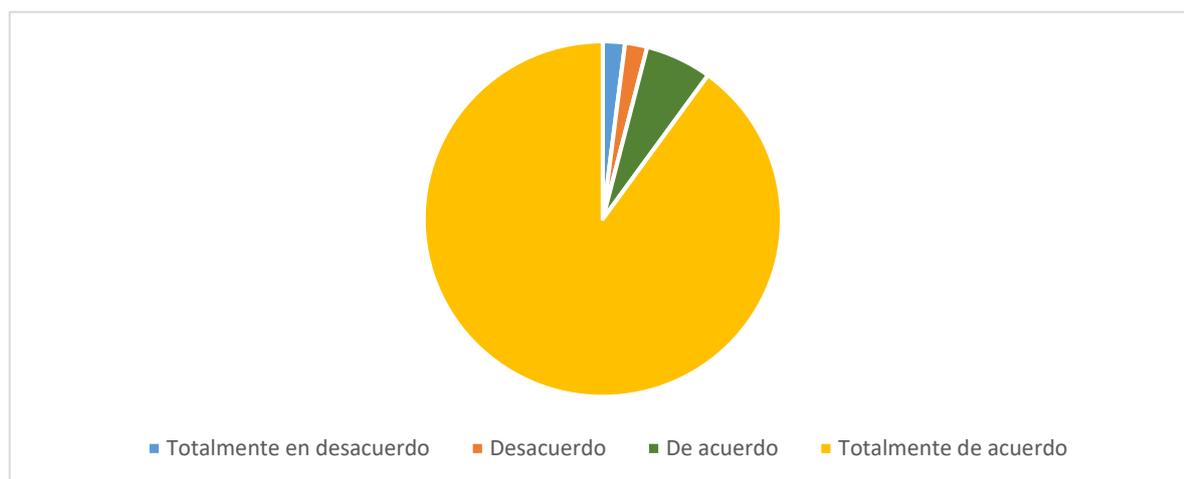


GRÁFICO 6.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados 45 están totalmente de acuerdo con los precios en relación con la calidad, los estándares son alcanzados, 3 que no representa diferencia de acuerdo con la calidad de los productos y totalmente de acuerdo y en desacuerdo 1 y 1 no se relacionan la calidad con los precios, representan los mínimos.

7. ¿Se potencia las relaciones de colaboración y mutuo beneficio con los proveedores?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	1	2
2	4	8
3	20	40
4	25	50
TOTAL	50	100%

TABLA 7.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

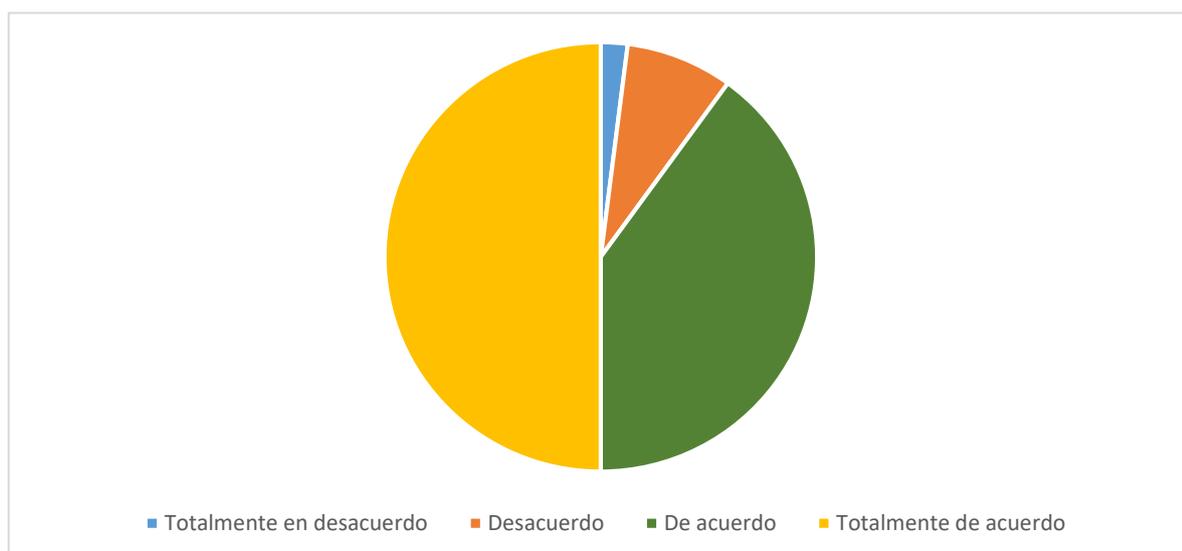


GRÁFICO 7.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los 50 encuestados, manifestaron 25 estar totalmente de acuerdo que **se potencie las relaciones con los proveedores ya que ellos nos brindan la materia prima**, de los 50 colaboradores 20 están de acuerdo que se reactiven las relaciones con las empresas involucradas con los procesos de Hierro, 4 totalmente de acuerdo y 1 no totalmente en desacuerdo, que no influye en la muestra tomada, pero no deja de considerarla para generalizar en los resultados.

8. ¿Promueve alianzas comerciales con otras empresas locales y nacionales?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	1	2
2	3	6
3	1	2
4	45	90
TOTAL	50	100%

TABLA 8.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

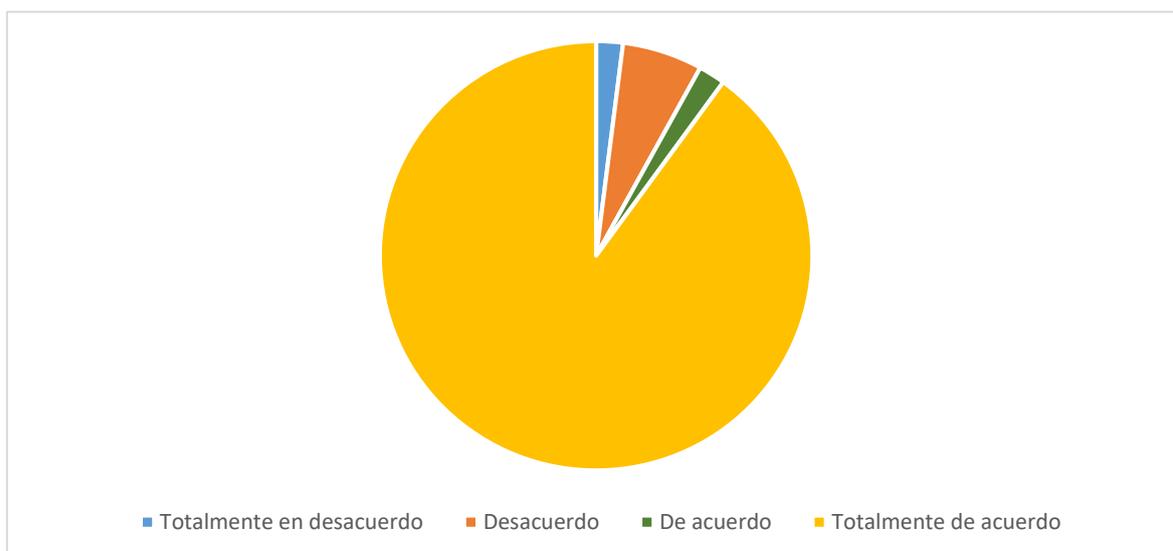


GRÁFICO 8.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 45 respondieron ampliar el abanico de alianzas estratégicas par diversificar y aumentar la productividad, 1 de acuerdo con involucrar a empresas que consolide el mercado ,3 en desacuerdo porque según ellos se revalarían los procesos de manufactura y disminuiría los contratos, y 1 totalmente en desacuerdo con el acercamiento con las empresas nacionales e internacionales porque aumentaría la competitividad en contra.

9. ¿Se utiliza insumos de bajo impacto ambiental?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	5	10
2	5	10
3	30	60
4	10	20
TOTAL	50	100%

TABLA 9.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

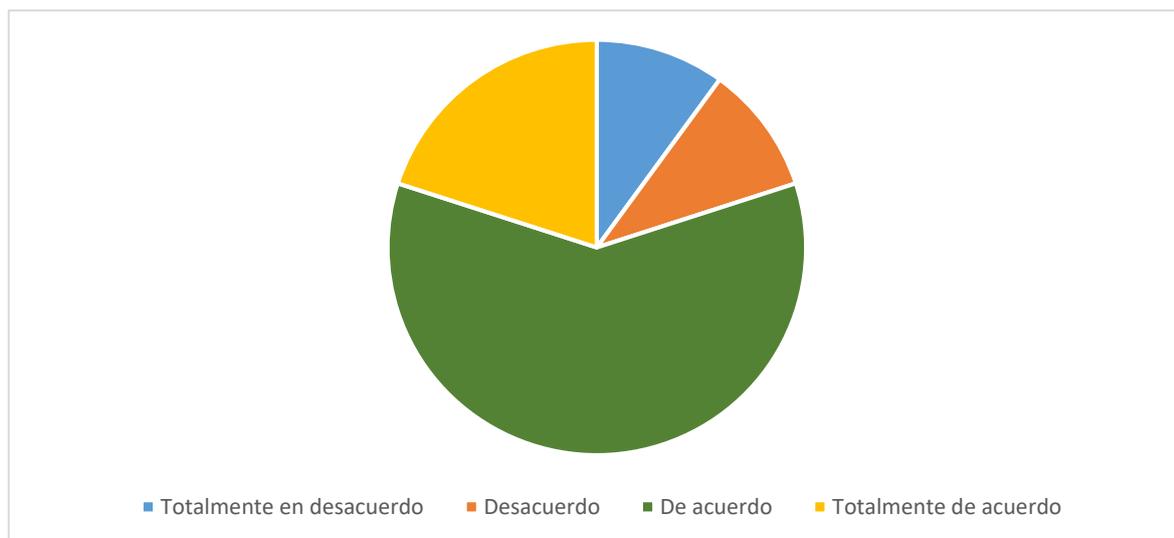


GRÁFICO 9.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 10 manifestaron estar totalmente de acuerdo con la utilización de los insumos de bajo impacto ambiental por que reducirían la huella de carbono y se tornan más competitivos, 30 de acuerdo con el uso de insumos sustentables para aseguramiento de vida de las nuevas generaciones, es el porcentaje más alto, y comparten en partes iguales de 10 en desacuerdo y totalmente en desacuerdo por la participación en la cadena de producción de los insumos ecológicos por desconocimiento .

10. ¿Se promueven actividades relacionadas con la Conservación Ambiental?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	2	4
2	3	6
3	25	50
4	20	40
TOTAL	50	100%

TABLA 10.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

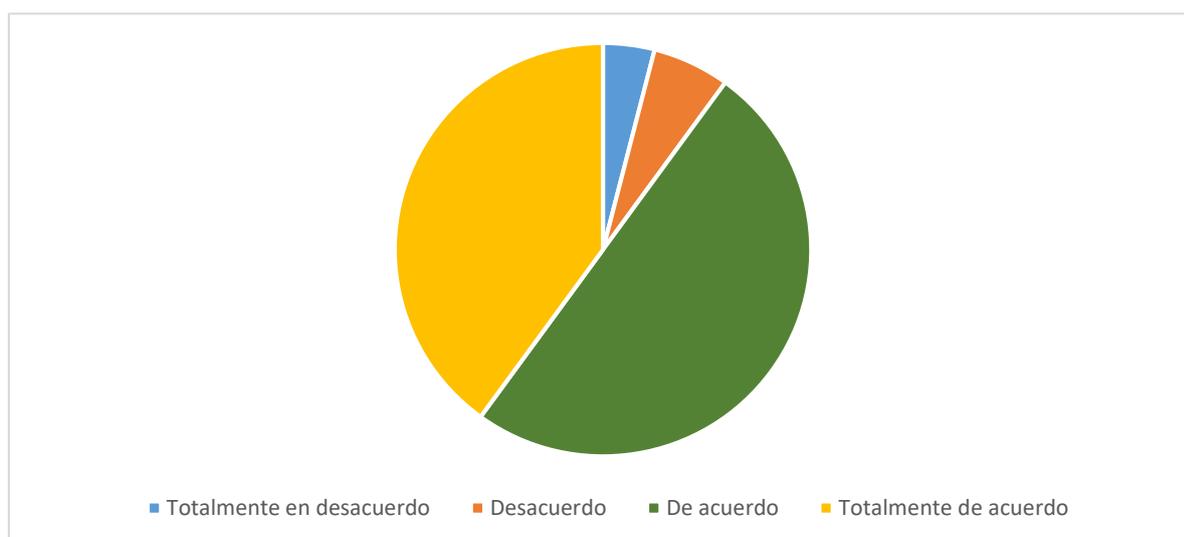


GRÁFICO 10.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los 50 encuestados, 25 manifestaron que están de acuerdo con actividades relacionadas con el ambiente, 20 totalmente de acuerdo con las prácticas ambientales que ayudan a mejorar el posicionamiento de la marca, 3 en desacuerdo lo consideran no influyente y 2 en total desacuerdo con las actividades de Conservación Ambiental, alejándose de instaurar la cultura ambiental.

11. ¿Se reducen las emisiones de gases de invernadero?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	10	20
2	10	20
3	20	40
4	10	20
TOTAL	50	100%

TABLA 11.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

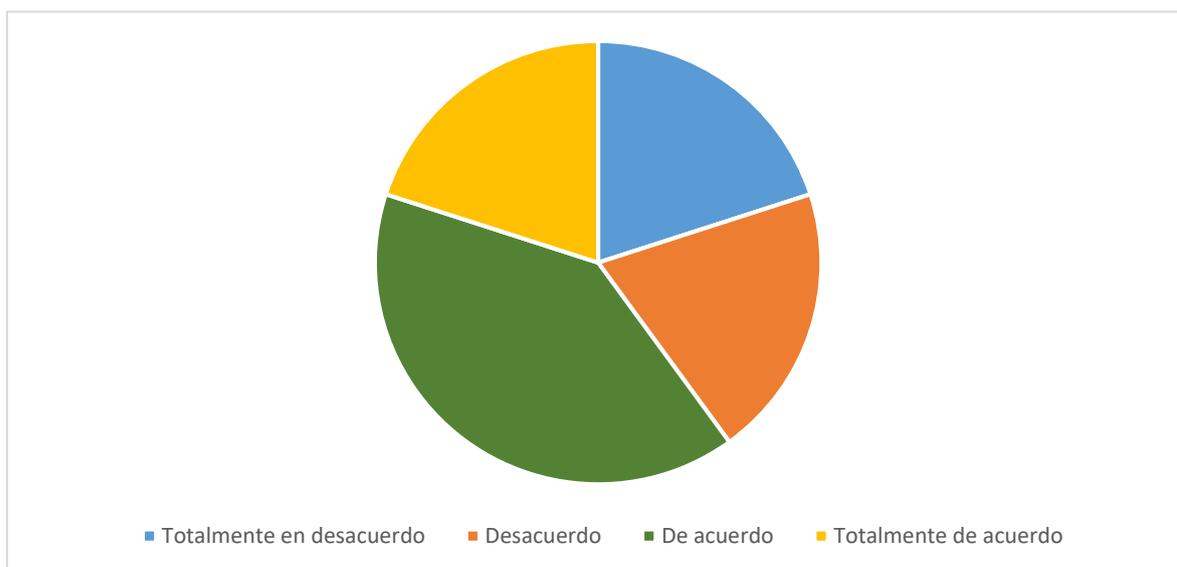


GRÁFICO 11.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los 50 encuestados, 20 manifestaron que estar de acuerdo en la disminución de los gases de invernadero, y los otro 30 por partes iguales en desacuerdo, totalmente en desacuerdo y totalmente de acuerdo de que se implementen o no la disminución de los gases de efecto invernadero que es de gran interés para el mantenimiento de la Biósfera.

12. ¿Existe un Programa Sostenido de Reciclaje?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	5	10
2	20	40
3	5	10
4	20	40
TOTAL	50	100%

TABLA 12.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

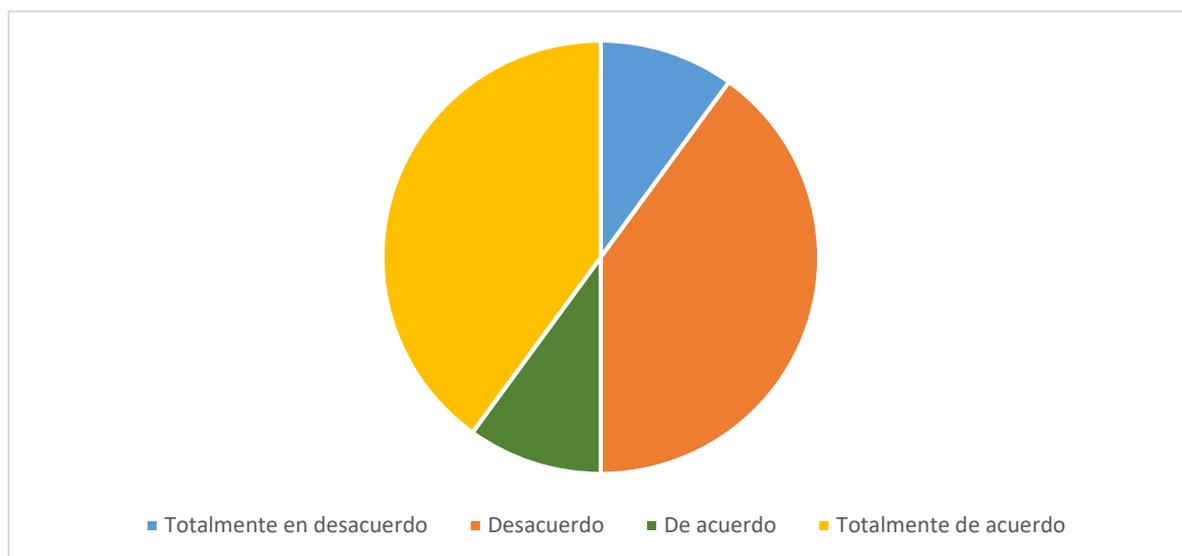


GRÁFICO 12.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los 50 encuestados, se encuentran distribuidos equitativamente en respaldos y no por una Cultura de reciclaje, preocupa siendo una empresa con materia prima natural, no apueste por la Economía Circular y Sostenible que impactaría en toda la zona de influencia de la empresa EDEHS.A.como ventajas competitivas.

13. ¿Nuestros gestores tienen competencias gerenciales?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	3	6
2	2	4
3	10	20
4	35	70
TOTAL	50	100%

TABLA 13.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

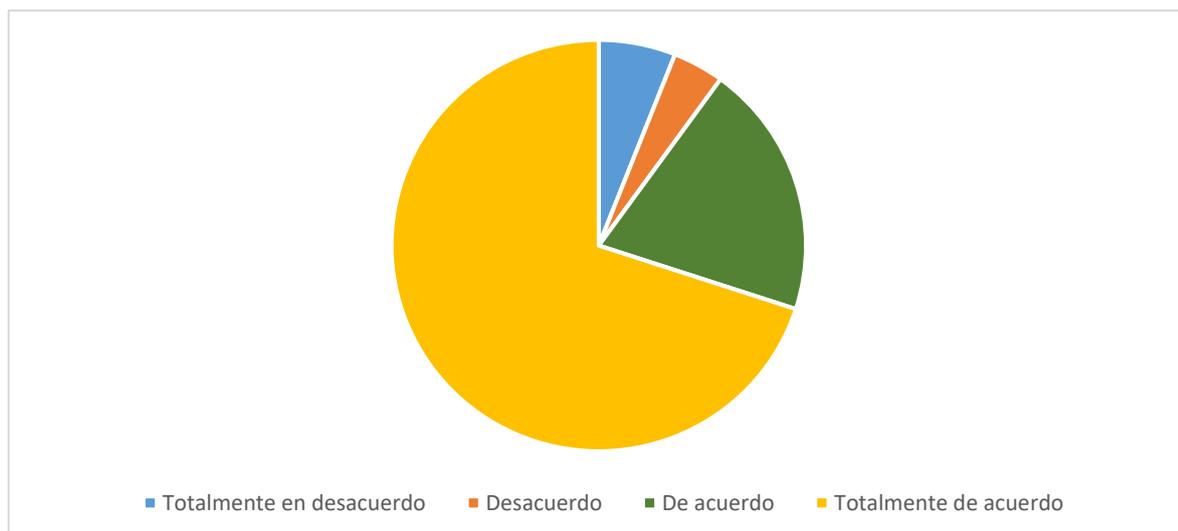


GRÁFICO 13.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 35 manifestaron que están totalmente de acuerdo que la organización posee fortalezas de su capital humano que les permiten tener competencias gerenciales que permitirán generar fluidez en la propuesta de Responsabilidad Social Empresarial para activar las Ventajas Competitivas, 10 de acuerdo con los anteriores, 3 totalmente en desacuerdo y 2 en desacuerdo que objetan la capacidad gerencial de sus representantes.

14. ¿Niveles de alta calidad de nuestro producto?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	1	2
2	4	8
3	5	10
4	40	80
TOTAL	50	100%

TABLA 14.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

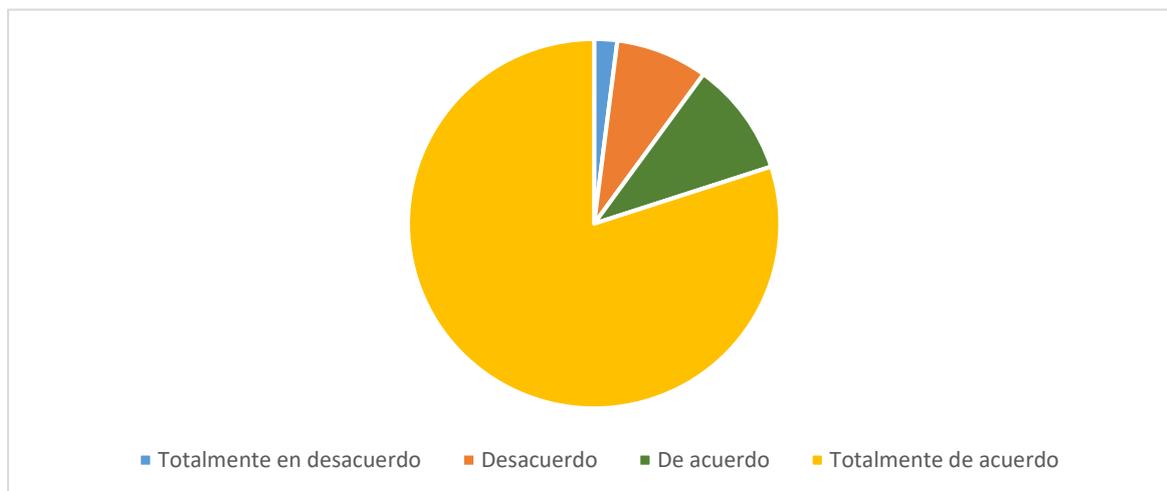


GRÁFICO 14.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, 40 manifestaron total acuerdo en la alta calidad de los productos de la empresa, lo que garantiza el buen manejo de la planta productiva, 5 de acuerdo con el alto nivel de los productos de hierro, 4 no comparten, en desacuerdo con la calidad de sus estructuras y 1 totalmente en desacuerdo en los estándares de trabajo terminado de sus resultados.

15. ¿Se cuenta con recursos tecnológicos y sistemas de información de punta?

ÍNDICE EN ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA(%)
1	0	0
2	1	2
3	4	8
4	45	90
TOTAL	50	100%

TABLA 15.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

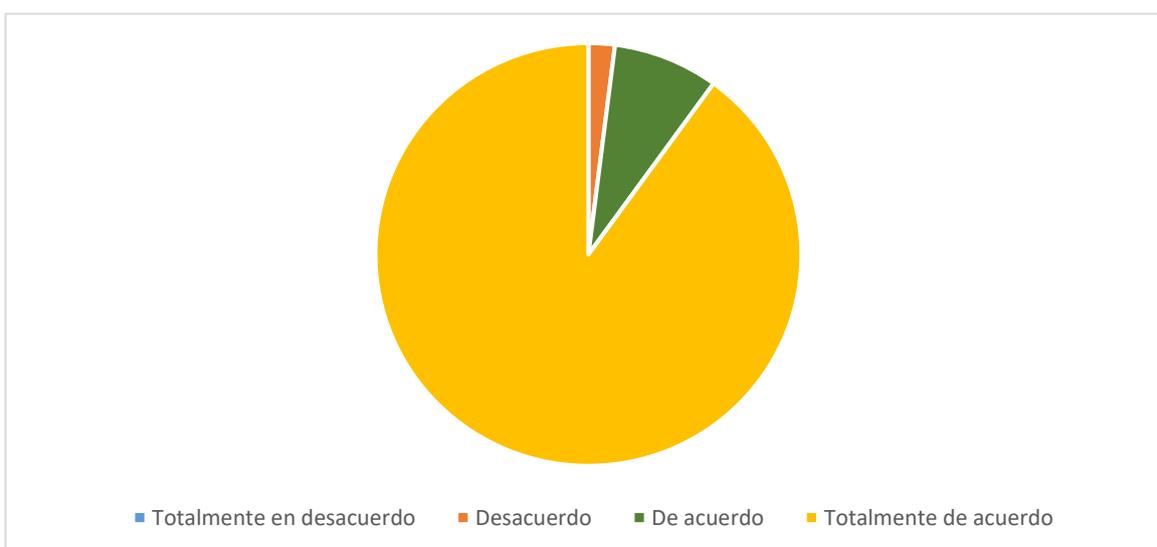


GRÁFICO 15.

ELABORADO POR: TORRES VÍTORES MARÍA.

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, el punto máximo que es 45 manifestaron estar totalmente de acuerdo en el provisionamiento de tecnologías de punta en la empresa que garantiza y concuerda con los buenos resultados de la producción, 4 de acuerdo con el criterio anterior, 1 en desacuerdo, ninguno en total desacuerdo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA

FORMULARIO	PRESIDENTE	G.GENERAL	G.SEGURIDAD
1. ¿Qué significa competitividad y responsabilidad social corporativa o empresarial?	Diferenciar Reinvertir Equidad	Estandarizar y cumplir con los pedidos	Asegurar los procesos
2. ¿Qué es una empresa socialmente responsable?	Igualdad de derechos.	Equitativo con la comunidad	Genera empleos y beneficios a comunidad
3 ¿La empresa promueve el profesionalismo de los colaboradores?	Sí, nos interesa su familia	Más el desarrollo profesional	Sí, es una política
4_ ¿Cómo son las relaciones de negocio con sus clientes?	Buenas..	Muy buenas.	Excelentes
5._ Cómo son las relaciones comerciales con otras empresas?	Aceptables	Tenemos convenios y acuerdos.	Muy buenas..
6._ ¿Cómo mitigan el impacto ambiental de sus operaciones?	Básico	Programa de Calidad Ambiental	Programa de Sostenibilidad
7._ ¿Utilizan fuentes de energías “Más Limpias”?	Algunas...	Luz, agua y suelo	Luz y agua.
8._ ¿Tienen Cultura de Reciclaje?	Sí....	Poco	Poco desarrollada
9._ ¿Tiene la empresa una Filosofía de Cultura Corporativa?	Sí, pero no difundida	Sí	Sí

Elaborado: Torres Vitores María (2020)

Interpretación:

- 1.-**La alta gerencia tiene identificado que la Responsabilidad Social y Empresarial es un agente de transformación para alcanzar las ventajas competitivas
- 2.-**EDEHSA, tiene un papel significativo con su comunidad y la zona de influencia.
- 3.-**La empresa tiene convenios con Instituciones de Educación Superior, coadyuvando con las pasantías laborales a pulir el perfil intelectual aperturando el paso a lo laboral.
- 4-** El cliente es la razón de la empresa, siempre las relaciones serán buenas.
- 5.-**Son muy buenas, ha permitido se concreten alianzas estratégicas para consolidar el mercado.
- 6.-**Realizar un diagnóstico ambiental para replantear los procesos de mitigación de impacto al entorno.
- 7.-**Incluir las “Energías más Limpias” para asegurar la Conservación Ambiental de nuestro planeta para las presentes y próximas generaciones.
- 8.-**No hay Cultura de Reciclaje, no se aprovecha los residuos sólidos
- 9.-**La Filosofía Empresarial basada en la Visión, Misión, Principios Valores Corporativos y Virtudes son el punto de partida de EDEHSA.

Conclusiones:

El modelo de Responsabilidad Social Empresarial será de gran importancia para la gestión de procesos empresariales en la creación de ventajas competitivas de la organización EDEHSA en la ciudad de Guayaquil, por medio de sus cuatro factores: Planificar, Ejecutar, Comprobar y Ajustar ofrecerán dinamismo en la preparación, diagnóstico, planificación estratégica – operativa, revisión, mejora, seguimiento, medición, implantación y comunicación empresarial.

Mediante el diagnóstico de la situación actual de los factores interno, se detectó la utilidad de los procesos de gestión empresarial convencionales y de un sistema de políticas y prácticas sin reformularse.

La alta gerencia deberá replantearse la filosofía empresarial, por medio de una visión, misión, principios, valores y virtudes corporativas alineadas al modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

Recomendaciones:

Revisar los perfiles de nuestros shareholders y stakeholders para cerrar el ciclo de los involucrados en nuestro modelo propuesto.

Utilizar un Benchmarking sectorial para conocer el mercado, la competitividad

Fotocopiar y escanear los documentos, como evidencia de los procesos utilizados en toda la cadena de valor.

Reactivación de la comunicación convencional y digital

La elaboración de una Memoria de Sostenibilidad anual para estimar por medio de los Indicadores, difusión y rendición de cuentas los objetivos y metas alcanzados por la empresa en el Desarrollo Sostenible.

DESCRIPCIÓN DEL MODELO. ANÁLISIS PESTEEL

EMPRESA EDEHSA

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo	
Político	Subida de Aranceles			x	Muy Negativo
Económico	Pagar Impuesto al Estado			x	Muy Negativo
Social	Culturizar a nuestra sociedad para que se compre a nivel local.			x	Muy Positivo
Tecnológicos	Las nuevas tecnologías permiten la consecución de los objetos (info. de la calidad del producto, info locales, etc.)			x	Muy Positivo
Ecología	Manejo sustentable de insumos			x	Muy Positivo
	Conservación de Energía.		x		Muy Positivo
	Diseños de logotipos "verdes".		x		Positivo
Ética	Comportamiento Profesional y Ambiental		x		Positivo

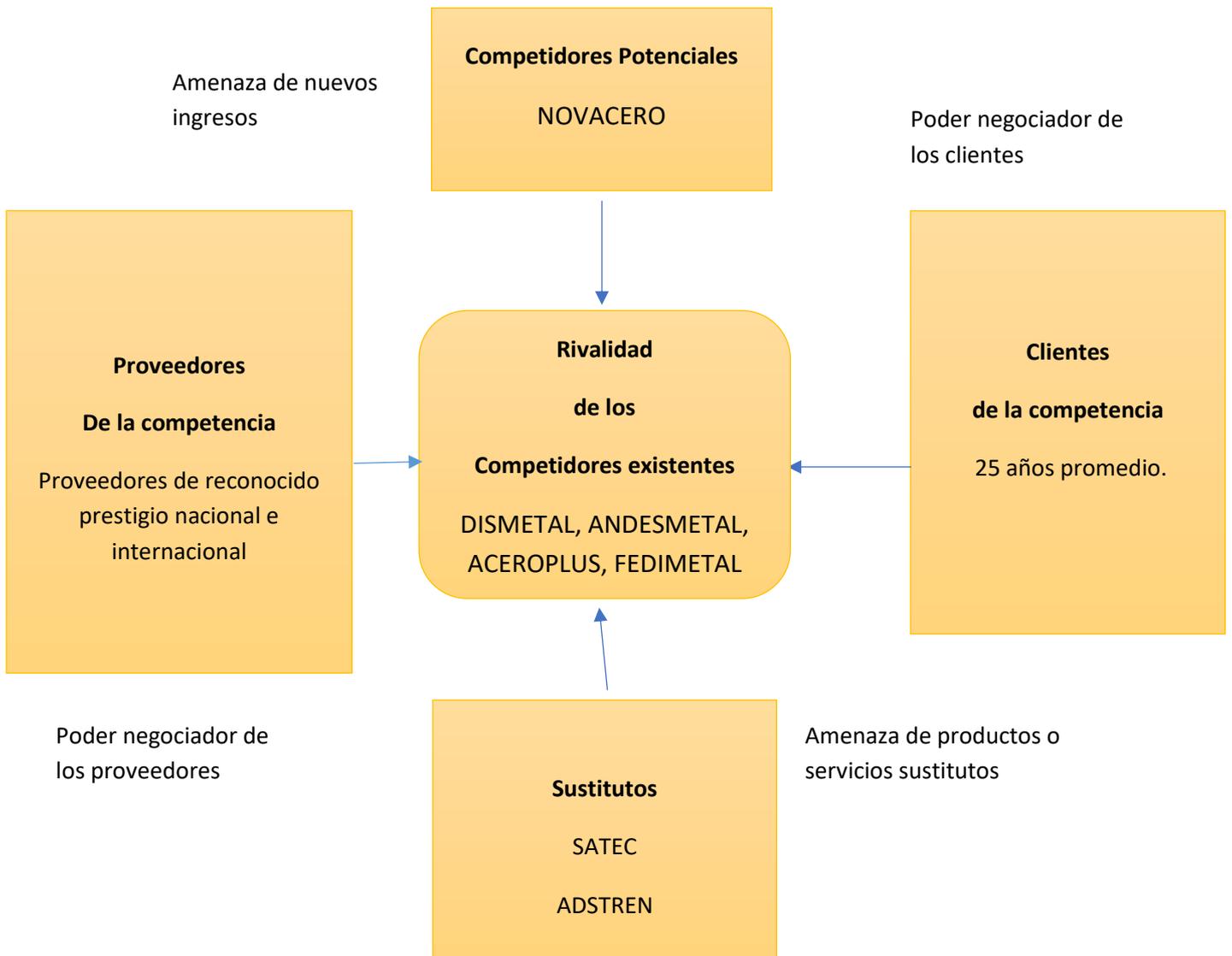
	Inducción del Reglamento Interno, Código Ética, Código de Comportamiento	x		Muy Positivo
Legal	Normas y procedimientos para que los productos industriales locales sean competitivos y puedan abrir mercados en el exterior.		x	Muy Positivo

MATRIZ DAFO (FODA)- EMPRESA EDEHSA

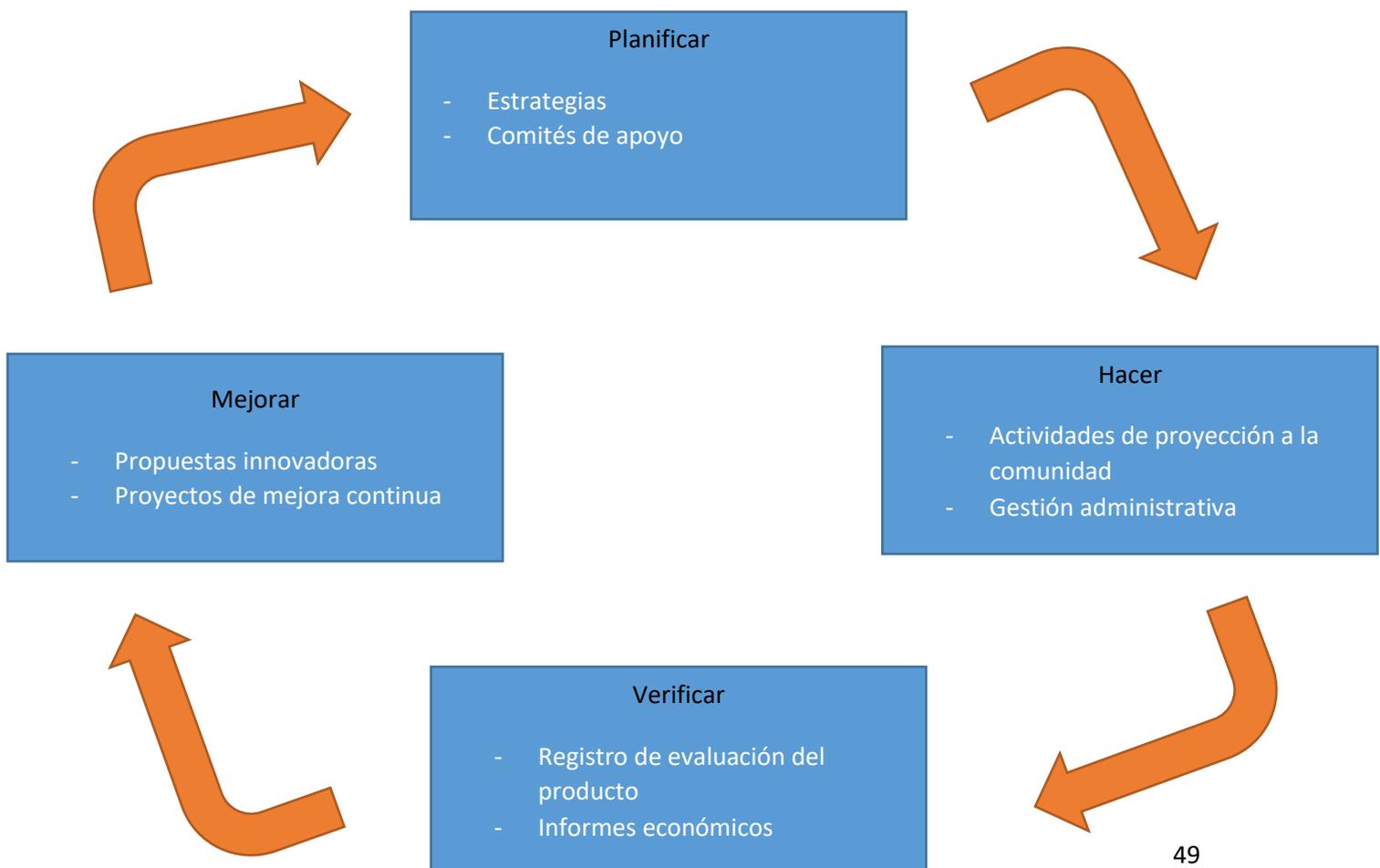
		ANÁLISIS DEL ENTORNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		<ul style="list-style-type: none"> Implementar nuevos estándares de calidad. Aplicar nuevos procesos que permitan localizar y manejar la trazabilidad mediante la cadena de suministro de manera rápida y efectiva en caso de que se requiera tomar alguna acción sobre un producto no conforme. 	<ul style="list-style-type: none"> La competencia haga alianzas con nuestros proveedores. La competencia innove nuevos productos
ANÁLISIS INTERNO			
FORTALEZAS			
<ul style="list-style-type: none"> Especialistas en diseño, fabricación y montaje de estructuras metálicas. Venta a clientes Nacionales y extranjeras. Innovadores y con buena calidad. Líderes en el segmento de las estructuras metálicas. 		<ul style="list-style-type: none"> Implementar estándares de calidad para seguir siendo los líderes en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Transformación Digital Empresarial
DEBILIDADES			

<ul style="list-style-type: none"> Las instalaciones y equipos no se encuentren aptos para cumplir su función. Manufacturar, almacenar, transportar y comercializar los productos que no estén al alcance de los requerimientos del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir o mitigar los riesgos de calidad intrínsecos a nuestras actividades mediante el monitoreo y control en las diferentes etapas de nuestros procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar instalaciones y maquinarias de producción
--	--	---

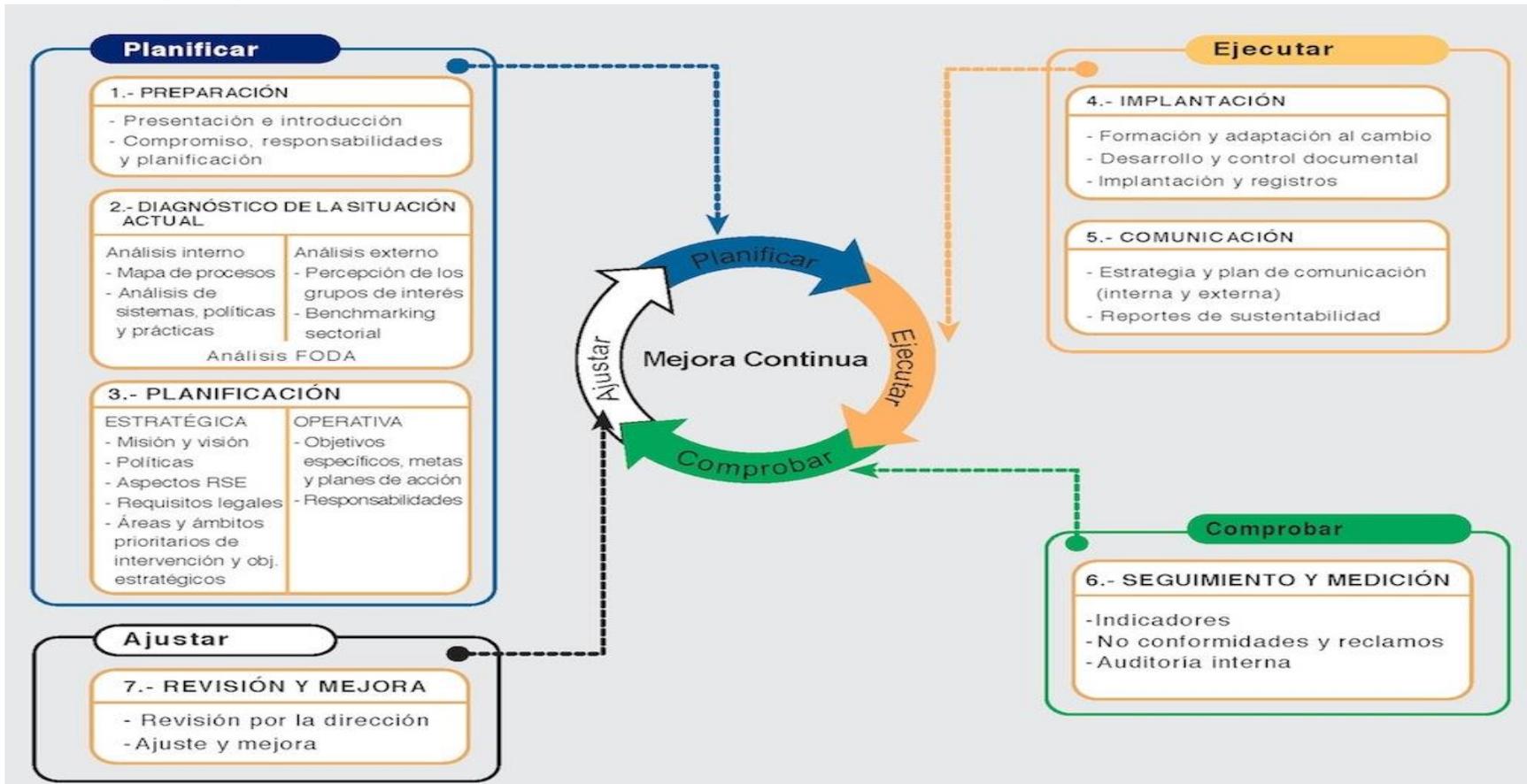
5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER



Ciclo de Edwards Deming



MODELO (RSE)



Fuente: <https://www.eoi.es/blogs/embacon/2013/03/25/rse-un-nuevo-modelo-de-toma-de-decisiones-3/>

Adaptación: Torres Vitores María Belén

¿QUÉ?	¿CÓMO?	¿PORQUÉ?	¿QUIÉN?	¿DÓNDE?	¿CUÁNDO?	¿CUÁNTO?
Medición: RSE	Diagnóstico: Auditoría Ambiental	Inconsistencias con el Entorno	Sambito	Empresa. Departamentos involucrados	Noviembre 2020	\$3.500
Ventajas Competitivas	Indicadores de Dimensión Económica, Social y Ambiental	Carencia de Cultura y Retroalimentación de Filosofía Empresarial	Enfoque Group		Diciembre 2020	\$1.500
Socialización Temas : Responsabilidad Social y Ambiental. Innovación. Competitividad	Asesoría: Capacitaciones	Inconsistencias en la Gestión Empresarial	Directora del Departamento de Talento Humano	Salón de la Empresa. Teletrabajo (Zoom)	Noviembre 2020	\$600
Análisis de cargos.	Propuesta de la Certificación ISO 26001	Falta de Desarrollo Sostenible.	Gerente General Directora del Departamento de Talento Humano, Seguridad Industrial y Ambiental, Producción	Salón de la Empresa. Teletrabajo (Zoom)	Diciembre 2020	\$100
Estímulos Empresariales	Asesoría. Programa de Incentivos	Empoderarlos en sus puestos de trabajos. Crecimiento y Aseguramiento Personal y Familiar.	Gerente General Administrador. Directora del Departamento de Talento Humano	Empresa	Noviembre 2020	
					Enero 2021 Primer Quimestre 2021. Evaluación. Permanente.	\$250
					Total:	\$5.950

PLAN DE MEJORAS (PROPUESTA)

CONCLUSIONES

- La Responsabilidad Social Empresarial y Las Ventajas Competitivas están estrechamente relacionados como clave para el éxito de la empresa EDEHSA, el diagnóstico percibe una brecha entre la misión y la visión de la organización con impacto en los departamentos, colaboradores con percepción de los clientes.
- El modelo de Responsabilidad Social Empresarial generará dinamismo y mayor empoderamiento en los colaboradores de todos los niveles de la Organización, generando valor en los productos - servicios a los clientes y marca.
- El plan de mejoras en sinergia con el Modelo de RSE, servirá como una “Una Hoja de Ruta” para todos los Stakeholders (involucrados) de la empresa en generar por medio de la Cultura y la Certificación ISO 26001, orientaciones sostenibles en el posicionamiento, aumento de su cartera de prescriptores, respaldo al giro de negocio y control de riesgo.

RECOMENDACIONES

- Implementar un programa de RSE que responda sosteniblemente con efectividad a las necesidades económicas, sociales y ambientales.
- Fomentar la investigación en éste tópico para generar artículos científicos y otros trabajos de graduación para aplicación en las empresas del modelo de RSE con sus beneficios personales y empresariales.
- Diseñar una Memoria de Sostenibilidad para la medición, difusión y rendición de cuentas frente a los involucrados en la Gestión del Desarrollo Sostenible.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alvarado, A., Hurtado , B., & Yávar, K. (2013). Analisis del clima laboral en el area Administrativa de la Facultad de Ciencias Administrativa en la Universidad de Guayaquil. *Tesis que se presenta como requisito previo para la obtención del Título de Ingeniero Comercial en la Especialización de Recursos Humanos* . Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 16 de 05 de 2019, de file:///C:/Users/Personal/Desktop/TESIS,CLIMA%20LABORAL.pdf
- Avila, L. (2009). *Tutoria de la Investigación*. Diemerino .
- Bruzual, F. (2016). CLIMA ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA DE SERVICIOS RELIABILITY AND RISK MANAGEMENT. *Tesis de maestria*. Universidad de Montemorelos, Montemorelos.
- Cajiga, J. (2020). *Cemefi*. Obtenido de Cemefi: www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cancino, C. (2008). Responsabilidad Social. *Economía y Negocios*, 58.
- Carroll. (1999). *Comisión Europea*. Obtenido de Comisión Europea: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Teoria%20sobre%20la%20responsabilidad%20social%20de%20la%20empresa.htm>
- Castillo. (2004). *Books*. Obtenido de Books: https://books.google.com.ec/books?id=FpPDPz5_Q4gC&pg=PA33&lpg=PA33&dq=Castillo+Clavero,+1986+b,+p.+265&source=bl&ots=WCWPvgDWwx&sig=ACfU3U1kq8a0ao1fqmCL3GkjVTcyCCQj6w&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwin4a7tofPpAhVORjABHUxQD9cQ6AEwAXoECAoQAQ#v=onepage&q=Castillo%20Cl
- Diez, E. (2005). *Globalización y Educación Crítica*. Bogotá. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=hM0iBJMmMd4C&oi=fnd&pg=PA5&dq=D%C3%ADez+Guti%C3%A9rrez,+2009&ots=er3Z_uAS6l&sig=G0DLG074Ake2DSGGPB7gT95zcho#v=onepage&q=D%C3%ADez%20Guti%C3%A9rrez%202009&f=false
- Hernández , R. (2016). México: Mac Graw Hill edición.
- Hernández. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Jiménez, M. (2016). *Brújulas.com*. Obtenido de Brújulas.com: <https://revistalabrujula.com/category/cuerpo-y-territorio/medio-ambiente/>

Leiva, F. (2013). *Nociones de metodología de Investigación Científica*. Guayaquil.

Miranda. (2013). *INVESTIGACION*.

Reyno. (SEPTIEMBRE de 2007). *AMAZON*. Obtenido de AMAZON:
[https://books.google.com.ec/books?id=KLvGEqv5JXIC&pg=PA147&lpg=PA147&dq=ideolog%C3%ADa+\(Friedman,+1967,+p.+183;+Schwartz,+1981,+p.+203;+Cuervo,+1983;+Castillo+Clavero,+1990&source=bl&ots=6rVJwQnPGE&sig=ACfU3U3fbDTprjbmB8z2QyTk71od4eLuJw&hl=es&sa=X&ved=2ah](https://books.google.com.ec/books?id=KLvGEqv5JXIC&pg=PA147&lpg=PA147&dq=ideolog%C3%ADa+(Friedman,+1967,+p.+183;+Schwartz,+1981,+p.+203;+Cuervo,+1983;+Castillo+Clavero,+1990&source=bl&ots=6rVJwQnPGE&sig=ACfU3U3fbDTprjbmB8z2QyTk71od4eLuJw&hl=es&sa=X&ved=2ah)

Rodriguez , M. (2010). *Métodos de Investigación primera edición*. Editorial pandoras .

Sevilla, A. (2020). *Economopedia*. Obtenido de Economopedia:
<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

Turriago, A. (2008). Responsabilidad Social. *Redalyc.org*, 18.

ANEXOS.



