

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR -
FACULTAD DE ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN
ASIAUTO S.A.”**

NATHALY PATRICIA RÍOS TIRADO

DIRECTOR:

MSC. RAMIRO MAURICIO SORIA CUBILLO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ESTRATEGIA Y ARQUITECTURA EMPRESARIAL

QUITO, FEBRERO - 2026

DEDICATORIA

Dedicado a mi Dios por permitirme llegar a esta importante etapa en mis estudios, por darme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesaria para cumplir esta meta académica, agradezco por iluminar mi camino y sostenerme en los momentos difíciles.

A mis amados padres; Santiago y Eugenia, por su dedicación, esfuerzo diario y apoyo incondicional a lo largo de mi vida, tanto personal como profesional, siendo mi mayor motivación día a día. Esta meta cumplida refleja la confianza entregada en mí, a lo largo de este camino.

A mi hermano, Douglas, por su ejemplo y esfuerzo, que fueron realmente importante durante este proceso.

La culminación de este proyecto, representa el resultado de todo el apoyo, la fe y las oraciones de mi amada familia, a quienes dedico este nuevo logro académico, con sincero agradecimiento y amor.

Nathaly Ríos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a mi director de tesis, MSC. Ramiro Mauricio Soria Carrillo, por su guía académica y apreciados aportes durante el desarrollo del presente proyecto de investigación. Su orientación y compromiso aportaron el fortalecimiento y desarrollo correcto del trabajo académico, así mismo a mi crecimiento profesional.

Expreso mi sincero y profundo agradecimiento a mi amada familia, a mis padres; por ser el motivo y razón de mi formación profesional y personal, por los valores inculcados a lo largo de mi vida. A mi hermano, por el mayor de los dones; Benjamín y Sara, mis sobrinos, cuya existencia constituye una fuente permanente de sentido y motivación en mi vida.

Nathaly Ríos.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto reconoce la ausencia de un plan minucioso de RSE en Asiauto S A concesionario Kia en Ecuador limitando su competitividad, legitimidad y habilidad para generar valor en la industria automotriz que actualmente es muy demandante en temas sociales y ambientales.

Utilizando un enfoque mixto se aplicaron encuestas a empleados se entrevistó a directivos y se efectuó análisis documental se identificaron las carencias clave poca formación en sostenibilidad no hay políticas ambientales formales comunicación con interesados débil y una falta de conexión entre la estrategia global de Kia y la gestión local.

Los resultados demuestran que la compañía le da prioridad a la dimensión económica del Triple Bottom Line pasando por alto los aspectos sociales y ambientales en consonancia con lo expuesto en la Pirámide de Carroll y la teoría de Creación de Valor Compartido.

Un Plan de RSE, una sugerencia sólida, solución basada en tres pilares clave: social, ambiental y corporativo. Estos pilares se materializan en formación, vínculo con la comunidad, gestión de residuos, movilidad sostenible, ¡y ética organizacional! Todo ello con métricas medibles, alineadas con la ISO 26000 y los ODS, por supuesto.

Las conclusiones, demuestran que, al aplicar el plan, Asiauto mejora su imagen perso sobretodo fortalece su cultura interna, y se alinea con los estándares globales de sostenibilidad. Las recomendaciones son claras, una implementación gradual, ¡eso es esencial! Un comité de RSE, alianzas estratégicas, y informes anuales de sostenibilidad, todo es un gran avance.

En resumen, este proyecto claramente muestra, que incorporar la RSE en Asiauto no solo es factible y muy relevante, sino fundamental para su futuro; garantizando sostenibilidad, competitividad y validez como empresa en Ecuador.

Palabras clave: (RSE), gestión empresarial, sostenibilidad, impacto social, Asiauto S.A.

ABSTRACT

The project recognizes the absence of a thorough CSR plan at Asiauto S A Kia dealership in Ecuador, limiting its competitiveness, legitimacy and ability to generate value in the automotive industry, which is currently very demanding in social and environmental issues.

Using a mixed approach, employee surveys, interviews with managers, and a document analysis were conducted. Key gaps were identified: limited sustainability training, no formal environmental policies, weak stakeholder communication, and a lack of connection between Kia's global strategy and local management.

The results demonstrate that the company prioritizes the economic dimension of the Triple Bottom Line, overlooking the social and environmental aspects, in line with Carroll's Pyramid and the Creating Shared Value theory.

A CSR Plan is suggested as a solution based on three strategic areas: social, environmental, and corporate. These are realized in training programs, community engagement, waste management, sustainable mobility, and organizational ethics, with measurable metrics in accordance with ISO 26000 and the SDGs.

The conclusions suggest that, by implementing the plan, Asiauto will not only enhance its image but also strengthen its internal culture and adapt to global sustainability criteria. The recommendations, meanwhile, emphasize the gradual implementation of the proposal, the creation of a CSR committee, forging strategic alliances, and publishing annual sustainability reports.

In short, this project clearly demonstrates that incorporating CSR at Asiauto is not only feasible and highly relevant, but also fundamental to its future, ensuring sustainability, competitiveness, and validity as a company in Ecuador.

Keywords: (RSE), gestión empresarial, sostenibilidad, impacto social, Asiauto S.A.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL.....	1
Introducción	1
Antecedentes	4
Exposición del Problema	5
Objetivos	9
<i>Objetivo General.</i>	9
<i>Objetivos Específicos.</i>	9
Justificación del Problema	10
Alcance del estudio	13
CAPÍTULO I ESTADO DEL ARTE Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	15
1.1. Antecedentes de la investigación	15
1.2. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	18
1.2.1. <i>Definición, evolución y enfoques contemporáneos</i>	18
1.2.2. <i>Dimensiones de la RSE: económica, social y ambiental</i>	20
1.2.3. <i>Diferencias entre filantropía, cumplimiento normativo y RSE estratégica</i> 22	22
1.3. Modelos teóricos aplicables	26
1.3.1. <i>Pirámide de Carroll</i>	26
1.3.2. <i>Triple Resultado o Triple Bottom Line</i>	28
1.3.3. <i>Creación de Valor Compartido (CSV)</i>	29
1.3.4. <i>ISO 26000</i>	30
1.3.5. <i>Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</i>	31
1.4. Estándares internacionales y mecanismos de medición de la RSE	32
1.5. La RSE en la industria automotriz	33
1.6. Marco conceptual.....	34
1.6.1. <i>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</i>	34
1.6.2. <i>Pirámide de Carroll</i>	34
1.6.3. <i>Triple Bottom Line TBL</i>	35
1.6.4. <i>Creación de Valor Compartido CSV</i>	35
1.6.5. <i>ISO 26000</i>	35
1.6.6. <i>Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</i>	36
1.6.7. <i>Comparación y aplicabilidad en el contexto automotriz ecuatoriano.</i> ..	36
1.7. Marco legal	37
1.7.1. <i>Constitución de la República del Ecuador</i>	37
1.7.2. <i>Código orgánico del Ambiente</i>	39
1.7.3. <i>Ley Organiza de Empresas Públicas, LOEP</i>	41
CAPÍTULO II DISEÑO METODOLÓGICO	43
2.1. Enfoque y tipo de investigación.....	43
2.2. Métodos y técnicas de recolección de información	44
2.3. Población y muestra.....	46
2.4. Análisis e interpretación de la información	48
2.5. Criterios de validez y confiabilidad	50
2.5.1. <i>Validez</i>	51
2.5.2. <i>Confiabilidad</i>	52
2.6. Consideraciones éticas	53

CAPÍTULO III RESULTADOS.....	57
3.1. Resultados	57
CAPÍTULO III PROPUESTA.....	75
3.1. Diagnostico inicial de Asiauto para la propuesta.....	75
3.2. Objetivos la propuesta	75
3.2.1. <i>Objetivo General</i>	75
3.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	75
3.3. Líneas de acción para la propuesta	76
3.4. Indicadores de seguimiento	79
3.5. Responsables para la propuesta	82
3.6. Cronograma para la propuesta	87
Bibliografía	92
Anexos	97

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro Comparativo: Filantropía, Cumplimiento Normativo y RSE Estratégica	24
Tabla 2. Técnicas e instrumentos para la recolección de información	45
Tabla 3. Elementos para el cálculo de la muestra	46
Tabla 4. Tabla de Nivel de Confianza	47
Tabla 5. Valores de la fórmula.....	47
Tabla 6. Encuesta, pregunta 1	57
Tabla 7. Encuesta, pregunta 2	58
Tabla 8. Encuesta, pregunta 3	59
Tabla 9. Encuesta, pregunta 4	60
Tabla 10. Encuesta, pregunta 5	61
Tabla 11. Encuesta, pregunta 6	62
Tabla 12. Encuesta, pregunta 7	63
Tabla 13. Encuesta, pregunta 8	64
Tabla 14. Encuesta, pregunta 9	65
Tabla 15. Encuesta, pregunta 10	66
Tabla 16. Encuesta, pregunta 11	67
Tabla 17. Encuesta, pregunta 12	68
Tabla 18. Encuesta, pregunta 13	69
Tabla 19. Encuesta, pregunta 14	70
Tabla 20. Encuesta, pregunta 15	71
Tabla 21. Resumen general de resultados por dimensión.....	72
Tabla 22. Matriz de trazabilidad	77
Tabla 23. Indicadores de la Dimensión Ambiental.....	80
Tabla 24. Indicadores de la Dimensión Ética y Gobernanza	81
Tabla 25. Cronograma de actividades.....	87

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Análisis FODA de Asiauto S.A.....	7
Figura 2. Diagrama de Ishikawa sobre la ausencia de un Plan de RSE en Asiauto S.A. .	8
Figura 3. Beneficios de la implementación de RSE en Asiauto S.A.	12
Figura 4. Pirámide de Carroll	27
Figura 5. Diagrama metodológico del proceso investigativo.	54
Figura 6. Encuesta, pregunta 1.....	57
Figura 7. Encuesta, pregunta 2.....	58
Figura 8. Encuesta, pregunta 3.....	59
Figura 9. Encuesta, pregunta 4.....	60
Figura 10. Encuesta, pregunta 5.....	61
Figura 11. Encuesta, pregunta 6.....	62
Figura 12. Encuesta, pregunta 7.....	63
Figura 13. Encuesta, pregunta 8.....	64
Figura 14. Encuesta, pregunta 9.....	65
Figura 15. Encuesta, pregunta 10.....	66
Figura 16. Encuesta, pregunta 11.....	67
Figura 17. Encuesta, pregunta 12.....	68
Figura 18. Encuesta, pregunta 13.....	69
Figura 19. Encuesta, pregunta 14.....	70
Figura 20. Encuesta, pregunta 15.....	71

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Marco Conceptual	97
Anexo B. Desarrollo Metodológico.....	100
Anexo C. Investigación de Campo	102

INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL

Introducción

Contexto general de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

En un panorama comercial global reñido y demandante, las compañías se enfrentan a la prueba de coordinar sus labores con la finalidad de alcanzar ganancias económicas, pero sobre todo para alcanzar ideales de sostenibilidad social y ecológica, así la RSE ha aparecido como una estrategia imprescindible, para fortalecer la validez corporativa, robustecer la relación con sus grupos de interés y así construir valor a largo plazo.

Problemática en el contexto ecuatoriano

En Ecuador, considerando que las empresas ya aplican RSE, aún hay un número significativo de empresas que aún no disponen de políticas institucionalizadas, lo que dificulta el uso de esta herramienta de gestión efectiva.

Situación específica de Asiauto S.A.

Asiauto S. A., el concesionario oficial de Kia en Ecuador, con más de dos décadas en el mercado, ha forjado una posición prominente, muy destacada, en ventas y los servicios postventa por todo el país. A pesar del apoyo de una marca global que mantiene su compromiso con la sostenibilidad como el "Plan S" de Kia, la empresa no tiene un plan formal de RSE que encaje en Ecuador. Sus acciones actuales son aisladas, sin seguimiento y sin forma de medir resultados. Menos capacidad de crear valor, diferenciarse, o satisfacer a los consumidores y a la decisión de directivos. Esta falta de organización es una debilidad, pero también convertirse en una gran oportunidad para ser más competitivos al abrazar la sostenibilidad como parte de su estrategia empresarial.

Relevancia académica y práctica

El estudio es relevante, en dos ámbitos fundamentales, en lo académico, añade al debate sobre como las empresas medianas del sector automotriz en Ecuador pueden adaptar

marcos internacionales de RSE como ISO 26000, o el modelo Triple Bottom Line a un contexto local que muestra limitaciones regulatorias y culturales.

Es así como, en la parte práctica, la propuesta le permitirá a Asiauto S.A. mejorar su reputación, reforzar la relación con sus grupos de interés, anticipar futuras exigencias regulatorias y también alinearse con estándares globales de sostenibilidad.

Alcance del estudio

El proyecto se centra en el diseño de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Asiauto S.A., considerando su sede principal en Quito, donde los procesos de toma de decisiones estratégicas y la gestión operativa se concentran, el análisis, contempla factores internos, tales como cultura organizacional, ética empresarial, bienestar laboral y aspectos externos como el impacto ambiental, la relación con la comunidad y sus clientes. La propuesta se limitará a la formulación del plan y de sus indicadores estratégicos sin contemplar la implementación operativa, que se proyecta a corto y mediano plazo.

Objetivo del estudio

La lógica detrás de este estudio se fundamenta en que poner en marcha un plan de RSE, se amolda a las demandas de mercados y consumidores conscientes, que se representa como un camino eficiente para consolidar la sostenibilidad y competitividad empresarial. Al no contar con un plan formal, ASIAUTO S.A. desperdicia oportunidades de diferenciación, posicionamiento institucional y conexión real con sus interesados.

Propuesta de valor

La solución propuesta gira alrededor del diseño e implementación de un Plan de RSE que entrelaza iniciativas estratégicas en cinco pilares clave como el compromiso ético, el bienestar en el trabajo, la responsabilidad con los clientes, la sostenibilidad ambiental y el vínculo con la comunidad. Este plan será construido a partir de un análisis exhaustivo, tanto interno como externo, considerando estándares internacionales y prácticas efectivas, todo adaptado a la situación local aplicado al presente estudio. Para ello el documento se

centra en la RSE como base fundamental para entender la situación real de la empresa en la que se diagnostica y levanta información necesaria para encontrar fallas y prevención de procesos para la mejora empresarial en Asiauto por lo que se presenta la metodología aplicada que se evidencia a continuación.

Metodología aplicada

Respecto a la metodología: se optó por un enfoque cualitativo y propositivo, que combina lo descriptivo y lo proyectivo, lo cual hace posible evaluar la situación de la empresa en RSE, identificar áreas donde mejorar y desarrollar una propuesta precisa. Se usaron entrevistas semiestructuradas, análisis de documentos, y una revisión exhaustiva de los modelos de RSE, particularmente enfocados en Ecuador.

La triangulación de datos reforzó la validez del diagnóstico; también confirmó la coherencia de las estrategias presentadas.

Hallazgos principales

Entre los hallazgos notables, se evidencio una integración floja de la RSE dentro de la cultura de ASIAUTO S A. La carencia de indicadores sobre el impacto social y ambiental, junto con la ausencia de una política de comunicación responsable también fue relevante.

Resultados de la investigación

Como producto del estudio realizado, surge una propuesta de Plan de RSC; que incluye objetivos estratégicos, varias líneas de acción, conjuntamente de mecanismos de seguimiento, junto a recomendaciones para que se implemente poco a poco, algunas de estas recomendaciones sugieren formar un comité interno de RSC, dar capacitación al personal sobre sostenibilidad, mejorar las colaboraciones con la comunidad e incorporar métricas de desempeño social y ambiental en la administración de la empresa.

Este proyecto de desarrollo procura abordar una necesidad precisa de ASIAUTO S A y aspira a proponer un modelo útil, que se pueda copiar en otras empresas del sector automotriz interesadas en ser más responsables éticamente y que cuiden el medio ambiente.

Antecedentes

La RSE, de hecho, ha ganado muchísima importancia en las décadas recientes, se le reconoce como un modelo de gestión completo, permitiendo a las empresas obtener ganancias financieras y ayudar al bienestar social y la sostenibilidad ambiental, desde que surgieron en los años 50, y hasta que se establecieron estándares como el Pacto Global de las Naciones Unidas, la norma ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, la RSE cambió su enfoque filantrópico por una visión estratégica que cambia la cultura y la estructura de las organizaciones por completo.

En Latinoamérica, la adopción de la RSE no fue homogénea, por mencionar, países como Colombia, México, Brasil y Chile progresaron mucho creando leyes, incentivos y certificaciones, todo para fortalecer la responsabilidad de las empresas.

En Ecuador, el tema cobró mayor importancia desde 2008, cuando se integró el principio del Buen Vivir a la Constitución, esto impulsa una economía responsable, tanto en lo social como en lo ambiental, al mismo tiempo el país ha suscrito acuerdos internacionales por promover la responsabilidad empresarial como los Principios del Pacto Global, los ODS, entre otros.

Pero en el contexto empresarial ecuatoriano, la implementación de la RSE tiene problemas, muchas empresas sobre todo comercio y servicios emprenden acciones asistenciales o desajustas, sin meter estos esfuerzos en sus planes estratégicos, tampoco establecen indicadores para medir el impacto social y ambiental de sus trabajos.

Estudios realizados por el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) así como el Pacto Global Ecuador coinciden en que la mayoría de las empresas en el país, vinculan la RSE direccionados únicamente a donaciones o relaciones públicas, sin considerar su dimensión estratégica.

Por el sector automotriz que es bien movido en Ecuador ventas y posventa, tiene impactos ambientales como las emisiones de CO₂, basura contaminante y también impactos

sociales como las relaciones laborales, seguridad vial, el sector aguanta mucha presión por hacer las cosas bien. Algunas marcas multinacionales aquí en el país ya integraron políticas de RSE globales, mismas que replican en sus concesionarios, aunque eso sí, un montón de empresas locales, aún les falta un modelo propio, ajustado a su propia realidad y necesidades específicas.

ASIAUTO S A, una empresa ecuatoriana con sede en Quito, opera en la venta de vehículos, repuestos y servicios mecánicos, pero a pesar de su experiencia consolidada en el mercado, su enfoque hacia la RSE es aún inicial, las acciones sociales y ambientales llevadas a cabo hasta ahora han sido específicas, sin un plan estructurado, presupuesto definido, o tampoco procesos de evaluación. Este hueco supone una debilidad institucional, pero, sin embargo, también una oportunidad de innovación estratégica, ya que desarrollar un plan de RSE le ayudaría a la empresa a alinear sus operaciones con las exigencias del mercado, creando valor compartido e impulsando su competitividad.

En el ámbito académico, muchos estudios han demostrado, que la implementación de planes de RSE bien organizados mejora el desempeño organizacional, fortalece el ambiente laboral, afianza la lealtad de los clientes y, reduce riesgos de reputación.

Similares proyectos, en empresas ecuatorianas del sector comercial y servicios, ya han demostrado, la institucionalización de la RSE, impacta mucho el logro de metas sostenibles, y aumenta, a más de, la legitimidad de la empresa ante la comunidad.

Con esto en cuenta, surge la necesidad de preparar un plan de RSE para ASIAUTO S.A. adaptándolo a su modelo de negocio, ambiente local, e institucionalidades para empujar, una gestión empresarial moderna, ética, y durable.

Exposición del Problema

Asiauto S.A., es el concesionario oficial de Kia Motors en Ecuador, opera en un medio donde la sostenibilidad corporativa se ha afianzado como un criterio estratégico para la competitividad, la reputación institucional así como la confianza de los grupos de interés, a pesar que la matriz global de Kia ha implementado lineamientos y obligaciones en

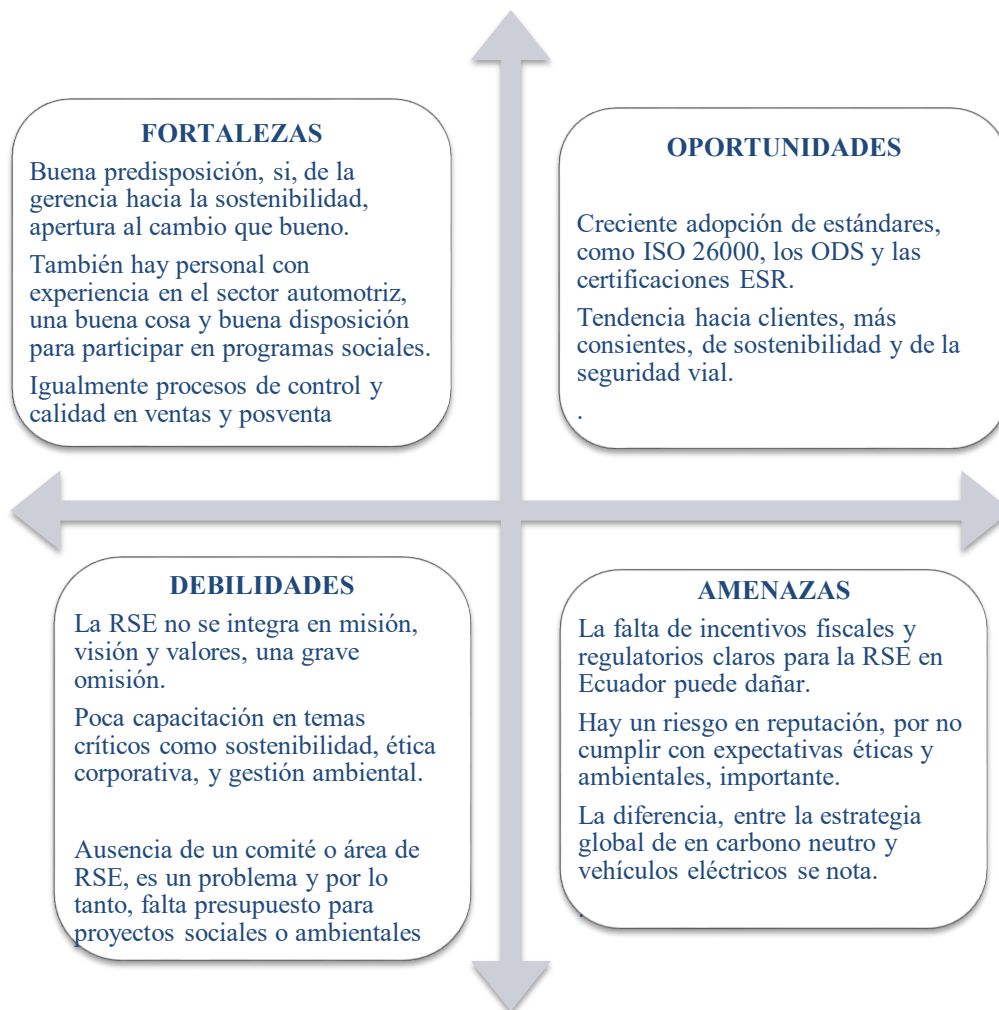
materia de responsabilidad social, en algunas de sus sucursales no contemplan un plan formal de RSE que articule en la praxis, que así mismo establezcan prioridades, que definan indicadores y que permita medir el impacto social, ambiental y ético de la organización (El oriente , 2024).

El sector automotriz actualmente se encuentra más presente en las organizaciones que dinamizan la economía de Ecuador, aunque la adopción de políticas de RSE sigue un poco dispareja. Kia Ecuador, por otro lado, consiguió su certificación internacional de carbono neutro, con su "Plan S" que incluye acciones como electrolinerías solares y memoria de sostenibilidad, como lo reportó (Llerena, 2025), Asiauto S.A. no ha implementado estas prácticas a nivel local, lo cual genera una discrepancia entre la visión global de la marca y su implementación en el mercado ecuatoriano.

Factores internos de Asiauto S.A.

El análisis interno desvela las fortalezas, además las debilidades que impactan la habilidad de Asiauto S. A. para desplegar un plan de RSE.

Figura 1. Análisis FODA de Asiauto S.A.



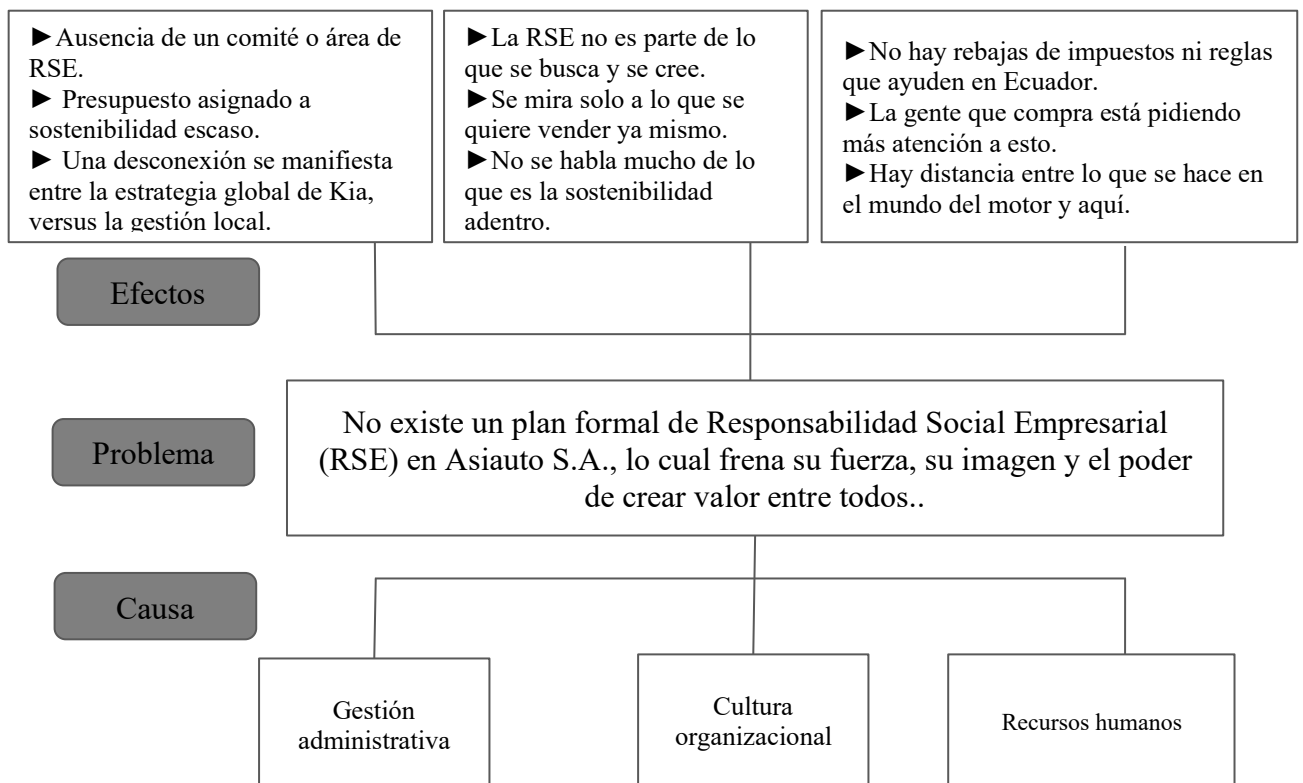
Fuente: (Ríos, 2025)

1. El diagnóstico muestra que Asiauto S. A. no tiene un plan estructurado de RSE que se apege a estándares internacionales tipo ISO 26000 o al modelo Triple Bottom Line.
2. Sus acciones son ahora mismo solo puntuales, reactivas, y no tienen continuidad, eso reduce el impacto real en la comunidad y el medio ambiente.

3. Hay desconexión entre la estrategia global de Kia Plan S, carbono neutral y la gestión local de Asiauto.
4. La organización no comunica y tampoco mide los impactos socio ambientales que resulta de sus operaciones, lo que no genera confianza con clientes y grupos de interés.

La carencia de una política activa de RSE ocasiona falta de mecanismos para cuantificar, comunicar, administrar los impactos sociales y ambientales en la organización, en efecto. Esa insuficiencia, además, limita las relaciones con los grupos de interés (stakeholders), reduce la legitimidad institucional, y por último perjudica su reputación pública, también, la carencia de procesos alineados con estándares como ISO 26000 o los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los ODS, provoca la pérdida de oportunidades para generar valor agregado, estimular la innovación y mejorar la lealtad del cliente, además de un posicionamiento favorable ante regulaciones futuras (Johannsen, 2023).

Figura 2. Diagrama de Ishikawa sobre la ausencia de un Plan de RSE en Asiauto S.A.



Fuente: (Ríos, 2025)

La ausencia de incentivos regulatorios y fiscales en Ecuador ha conducido a numerosas empresas, entre las que se incluye Asiauto, a relegar la RSE en sus prioridades estratégicas, es así como esta circunstancia representa una oportunidad para las organizaciones que integran la sostenibilidad como elemento esencial se establecerán como líderes en un entorno cada vez más regulado y exigente (Galvis y otros, 2022).

En síntesis, Asiauto S.A., pese a su sólido crecimiento y el respaldo internacional de Kia en sostenibilidad, carece de una estrategia formal de RSE adecuada a la realidad local, esta ausencia representa una falta ética y reputacional, pero sobre todo limita su competitividad, reputación y la capacidad de responder a las exigencias de consumidores, comunidades y futura normativa.

Objetivos

Objetivo General.

Crear un plan de RSE para Asiauto S.A. basado en la normativa internacional ajustado al plan de sostenibilidad de Kia en todo el mundo, lo cual hará más fuerte su compromiso social, ambiental y de negocios, y garantizará que funcione bien y pueda competir.

Objetivos Específicos.

1. Precisar cómo está Asiauto S.A. hoy día en temas de responsabilidad social, incluyendo lo social, lo del ambiente, lo económico y lo ético.
2. Comprender los datos logrados según las ideas base y los estándares mundiales (ISO 26000, ODS), para poder fijar qué cosas son más importantes para la empresa.

3. Diseñar un Plan estructurado de RSE basado en el diagnóstico, los indicadores de gestión así como los responsables y los cronogramas establecidos.

Justificación del Problema

Ahora, los grupos que quieren verse como entes responsables, duraderos y que compiten bien deben introducir la RSE en su idea de negocio. La RSE ya no es solo una opción ética, sino que se volvió algo clave que ayuda a los grupos a crear valor en común, a verse mejor ante la gente y a aportar de verdad al desarrollo duradero. Esta transformación se debe a las exigencias ascendentes de consumidores, trabajadores, comunidades e incluso entidades reguladoras, quienes incrementan la valoración del comportamiento ético, ambiental y socialmente responsable de las organizaciones (Porter y Kramer, 2011).

Asiauto S.A., constituye una red global vinculada a KIA Motors, cuenta con un gran potencial para alinear sus operaciones locales con las prácticas internacionales de sostenibilidad. Pero, la organización no tiene una norma clara de RSE ni datos que digan cuánto afecta a lo social, al ambiente o a la ética. Esto pone en riesgo su imagen y su unión interna, pero también su forma de entrar en mercados que piden más y que son más duraderos. Por esto, se justifica esta investigación porque es vital hacer un plan de RSE hecho para el entorno de la zona, que ayude a Asiauto S.A. a dejar de lado lo solo comercial y empezar a ver la durabilidad como algo que cruza todo.

Desde un punto de vista teórico, esta idea sirve para analizar cómo se aplica la RSE en empresas medianas del sector de autos ecuatoriano, algo sobre lo que no hay mucho escrito. Ayudará a comparar modelos de otros países, como ISO 26000, GRI o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y lo que pasa en verdad en una empresa, dando más valor a lo que se escribe en la universidad por medio de un estudio de caso local.

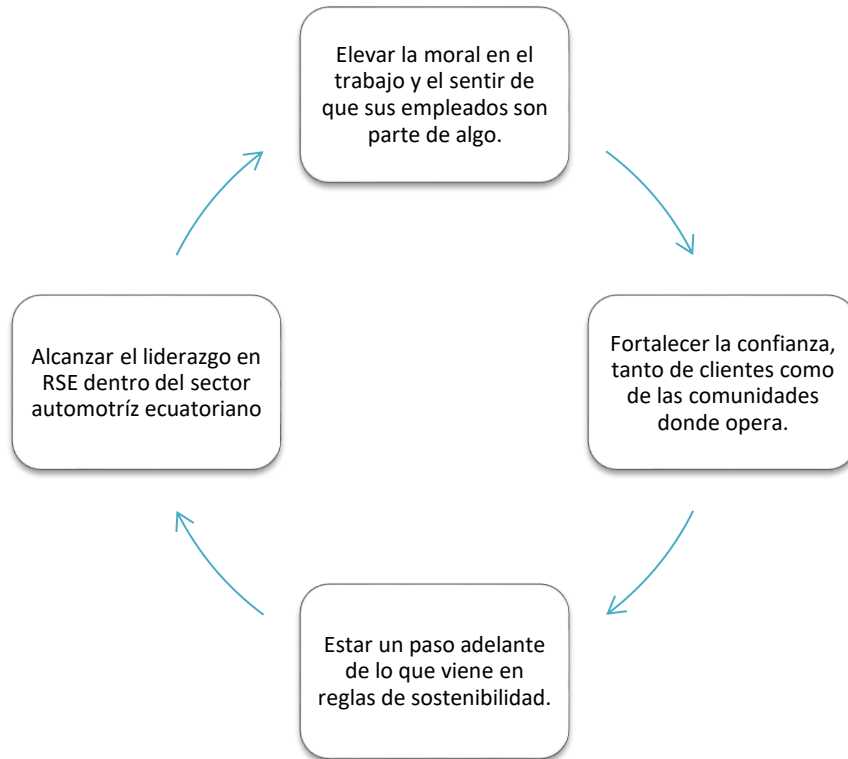
Desde un punto de vista del método, la investigación plantea hacer un plan estratégico de RSE basado en ver qué hace falta, en las mejores ideas del mundo y en modos de gestión como ver los tres efectos que se producen (en lo económico, en lo social y en el medio ambiente). Este modo de hacerlo se puede usar en otras empresas del mismo tipo o en sitios parecidos, siendo una forma de ir adaptándose poco a poco a lo que se pide para ser

sostenibles. En cuanto a lo útil que es en la práctica, poner en marcha una estrategia de RSE para Asiauto S.A. tiene muchas cosas buenas. Viéndolo desde dentro, hará que la empresa esté más unida, que los trabajadores estén más contentos y se sientan más parte de ella, y que se trabaje mejor y el ambiente sea más bueno. Fuera de la empresa, ayudará a que la gente confíe más, a que se unan el gobierno y las empresas, a que la marca se vea mejor y a que haya más opciones de hacer negocios con sitios de dentro y fuera del país que dan importancia a ser sostenibles para elegir con quién trabajar.

Además, esta idea es una buena ocasión para ver qué normas van a salir, para que el dinero dure más tiempo y para ser un ejemplo a seguir en el sector en lo que se refiere a ser sostenibles. La investigación también es importante para los que se dedican a la ciencia, ya que ayudará a pensar en qué cosas hacen que la RSE funcione bien en sitios que están empezando y ayudará a crear normas del gobierno que hagan que las empresas hagan cosas buenas. En última instancia, constituirá el fundamento para investigaciones futuras que buscan examinar el efecto longitudinal de las estrategias de RSE en la mejora continua de las organizaciones.

Desde un punto de vista práctico, la investigación presente, una sugerencia concreta para Asiauto S.A, avanzar de maniobras separadas a un plan completo de RSE, todo con medidores claros de lo que pasa en lo social, ambiental y económico. Su implementación le dará a la empresa beneficios como estos:

Figura 3. Beneficios de la implementación de RSE en Asiauto S.A.



Fuente: (Ríos, 2025)

Desde lo académico, este análisis es un aporte valioso al estudiar cómo una empresa automotriz mediana en Ecuador, aplica la RSE, un tema no muy visto en lo que se describe en la presente investigación. El proyecto une teorías internacionales como la Pirámide de Carroll, el Triple Bottom Line y la Creación de Valor Compartido, mirándolo frente a lo que hace Asiauto. Así, ayuda a entender cómo se adaptan los modelos globales a la realidad, además que sirve de caso de estudio, útil para futuras investigaciones en administración, sostenibilidad y gestión empresarial.

En resumidas cuentas, esta investigación ofrece dos caras de valor interesantes, el primero, un lado práctico, al presentar un plan listo para usar, y, además, que puede ser

replicado por Asiauto y empresas similares. Es así como, un valor académico, pues fomenta el debate sobre la RSE en Latinoamérica y como incorporarlo, así como también el poder integrarlos en modelos de gestión sostenible.

Alcance del estudio

Este análisis se hace dentro del diseño de Asiauto S.A., dirigido a su oficina central que está en Quito, Ecuador, donde se centran los trabajos de gestión estratégica, comunicación corporativa, operaciones y recursos humanos, en este lugar se definen las ideas más importantes de la empresa, lo cual da un acceso factible a datos claves para armar el plan de RSE. Si bien la empresa tiene locales en algunas ciudades del país, como Ambato, Riobamba, Ibarra, Portoviejo y Manta, estas no se consideran en este estudio.

En cuanto al tiempo, el proyecto se hará en el periodo que va desde marzo de 2024 hasta febrero de 2025. En este tiempo, se juntarán los datos reales, se hará el análisis para ver la situación y se hará la propuesta del plan de RSE. Se espera que el plan se ponga en marcha a corto y medio plazo, con ideas de futuro de uno a tres años desde que se apruebe.

Sobre los temas que abarca, el estudio se centra solo en hacer el plan de RSE y no en cómo se pone en práctica. Los temas de dinero y técnicos no se tratarán directamente en relación con lo que ofrece la empresa en productos y servicios. Pero se sabe que cómo se ven estos productos en cuanto a ética y ambiente puede afectar a la imagen de la empresa y a lo que decidan las partes interesadas. Por eso, el análisis se centrará en los efectos sociales, ambientales y de gobernanza corporativa (ESG) relacionados con el comportamiento de la empresa y cómo se relaciona con la gente y el entorno.

La definición metodológica implica la utilización de fuentes primarias como entrevistas semiestructuradas, encuestas y observación directa, por lo demás de fuentes secundarias que comprenden literatura científica, regulaciones nacionales e internacionales, marcos de referencia como la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a más de de documentos internos de Asiauto S.A

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes de la investigación

La RSE ha ganado una importancia creciente en las últimas décadas como respuesta a los desafíos éticos, sociales y ambientales que las organizaciones deben abordar en entornos de globalización e hipervigilancia pública, en particular, dentro del mundo del automóvil, donde los impactos ambientales, de empleo y de imagen son grandes, poner en marcha planes de RSE se ha vuelto algo distinto que puede afectar a la duración de la empresa y a cómo ven los clientes y la gente el valor (Roveda et al., 2022).

En la investigación de Galván (2022) en su trabajo examina la unión entre la responsabilidad social corporativa RSE y lo que ganan las empresas que forman parte del índice S&P/BMV Total México ESG durante los años 2014-2022. El objetivo clave fue ver si existe una unión importante entre el uso de acciones de RSE y los resultados económicos de estas sociedades. Se usó un modo de estudio con números de diseño no experimental, transversal y de unión, basado en el estudio económico de datos como ROA y ROE al compararlos con los elementos de aguante del índice ESG. Entre los descubrimientos más importantes, se halló una unión algo positiva entre los niveles de RSE y ciertos datos de ganancia, lo cual dice que las acciones responsables no solo tienen trabajos éticos, sino que también crean valor económico. La conclusión remarca lo importante que es añadir la RSE como base clave en las empresas para mejorar su fuerza y aguante con el paso del tiempo.

Espinoza-Rivera et al. (2023) hicieron un análisis cualitativo sobre cómo se pusieron en marcha acciones de RSE en empresas grandes de Latinoamérica durante el tiempo de la pandemia. El análisis de documentos de empresas como Arcor, Corporación Favorita y Banco de Crédito e Inversiones mostró que el 69% de las ideas para el ambiente fueron para usar energías renovables. Por otro lado, lo social y lo económico se enfocó en dar motivación en el trabajo y apoyar a lugares de estudio y de salud. Este estudio remarca

cómo se usa la RSE como una forma de seguir estables y tener buena imagen como empresa cuando hay una crisis mundial.

Una perspectiva más estructural es la adoptada por Usuriaga et al. (2023), quienes llevaron a cabo una revisión sistemática de literatura en bases de datos como Scopus, Dialnet y Scielo en relación con la implementación de la RSE en entidades empresariales de Latinoamérica.

Se encontró que aspectos, tales como el liderazgo verde, la práctica laboral con ética, y la filantropía corporativa son cruciales, diría yo, para edificar una imagen competitiva y con sentido de responsabilidad en el mercado.

En contraste, Pinheiro et al. (2023), exploraron la conexión entre los mecanismos de gobierno empresarial y el desempeño en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), analizando 371 empresas de ocho países latinoamericanos, por lo que concluyeron que la diversidad de recomendaciones coinciden que la inclusión de mujeres y los comités de sostenibilidad, está relacionada con un aumento en la RSE, lo que da a entender que la estructura interna de las empresas afecta grandemente su rumbo hacia prácticas éticas y sostenibles.

El estudio de Mesta y Cordova (2023), estudió y analizó los resultados de RSE dentro del segmento financiero en entidades como Bancolombia y Banco General, dentro de los cuales se evidenció que las estrategias de RSE se enfocaron en la igualdad salarial, la calidad del empleo, la inversión responsable y programas de capacitación, de igual manera revelaron que estas acciones se centraron en el impacto externo, como la educación ambiental y el desarrollo económico local, demostrando una visión amplia acerca de sostenibilidad en el sector bancario.

Aranguren y Maldonado (2020) examinaron el impacto del tipo de industria y la calidad del gobierno corporativo en la divulgación de información sobre RSE en Chile México y Colombia, usando un análisis de los contenidos de informes anuales, se encontró, que la

presión institucional y el sector industrial influyen de forma considerable en la transparencia de los informes de sostenibilidad destacando que las normativas y la cultura organizacional son decisivos para llevar a cabo políticas responsables.

Gamarra (2021) investigó el efecto de la RSE en el ámbito laboral de la Caja Municipal Agencia Balta Mercado, durante el 2021. La meta era identificar cómo se presenta la RSE en esa entidad, considerando cosas como el ambiente de trabajo, el crecimiento del personal, y la seguridad y salud, el estudio usó una metodología cuantitativa, un diseño no experimental y descriptivo, realizando una encuesta a 21 empleados usando un cuestionario aprobado por expertos. Los resultados sugieren, sí, una perspectiva favorable sobre la RSE, especialmente cuando se trata del respeto a las normas laborales, la seguridad, y, la capacitación constante, se notaron algunos aspectos por mejorar, como la comunicación interna y la motivación de los trabajadores. Finalizando, las políticas de RSE en el ámbito laboral impactan, directamente, en la satisfacción y bienestar de los empleados, así crea un entorno de trabajo más equilibrado y productivo.

De acuerdo con la investigación de Calle et al. (2022) analiza la repercusión de la RSE en las clínicas privadas de Azogues, Ecuador, empleando un enfoque mixto y un método descriptivo, no experimental y explicativo, a través de encuestas realizadas a usuarios, residentes, empleados y profesionales del sector sanitario, por ello se detecta que, a pesar de la implementación de políticas de selección de proveedores, formación continua y campañas de información, se observa una discrepancia notable entre la percepción del público interno, que reconoce la presencia de prácticas éticas y sociales, y la del público externo, que desconoce dichas acciones y percibe un compromiso ambiental y comunitario insuficiente.

Los resultados revelan una actitud positiva hacia la atención y el profesionalismo, pero a la vez señalan dónde se puede mejorar la satisfacción del cliente, la gestión ambiental, y los tiempos de espera.

Del mismo modo para Sánchez (2022) analiza la manera en que la corporación Nestlé implementa y comunica sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a escala global y local. El enfoque metodológico adoptado es de naturaleza cualitativo-descriptiva, fundamentado en el examen documental de informes de sostenibilidad, memorias corporativas, páginas web oficiales y literatura científica, complementado con la revisión de casos prácticos de iniciativas sociales y ambientales promovidas por la organización. Los hallazgos más significativos indican que Nestlé organiza su Responsabilidad Social Corporativa en torno a tres ejes fundamentales: nutrición, sostenibilidad ambiental y desarrollo social. Esta estructuración ha facilitado la obtención de reconocimientos internacionales y la mejora de su imagen corporativa, a pesar de enfrentar críticas en cuestiones de sostenibilidad y ética corporativa. La conclusión primordial indica que la Responsabilidad Social Corporativa en Nestlé es integral y se encuentra en consonancia con los estándares internacionales, generando valor tanto para la sociedad como para la organización, aunque la demanda una comunicación más transparente y el fortalecimiento de compromisos en ámbitos ambiental y social para superar los retos contemporáneos.

Revisar el pasado evidencia cómo la responsabilidad social corporativa ya es clave en la gestión, en empresas de muchos campos y situaciones diferentes, estudios previos indican, aplicar políticas responsables no sólo ayuda al crecimiento sostenible y el bienestar de las personas involucradas, sino que también mejora la reputación y la capacidad de competir de las organizaciones. A pesar de esto, quedan desafíos sobre la transparencia, como evaluar los impactos y la integración de estas prácticas en la forma de ser de la empresa.

1.2.Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

1.2.1. Definición, evolución y enfoques contemporáneos

La RSE ha sufrido una conversión importante en las últimas décadas, pasando de ser una práctica voluntaria asociada a la responsabilidad corporativa a fortalecerse como un elemento estratégico de las organizaciones modernas, la RSE va mas allá del

cumplimiento normativo o las acciones de buena voluntad, formándose como un elemento importante del modelo empresarial, actualmente las empresas han entendido que su sostenibilidad no se limita a los rendimientos financieros, sino que también se halla vinculada a su habilidad para abordar los retos sociales y ambientales del contexto en el que se desenvuelven. Este cambio de paradigma ha sido propulsado por un incremento en el escrutinio público, el fortalecimiento del poder del consumidor, el avance normativo a nivel internacional y la consolidación de los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) como indicadores de rendimiento empresarial (Cezarino et al., 2022).

La definición actual de RSE incorpora un enfoque sistémico, en el que las organizaciones deben tomar un compromiso ético hacia todos sus grupos de interés, en lugar de limitarse únicamente a sus accionistas, la RSE conlleva la formulación de políticas, prácticas y estrategias que generen valor compartido para la organización y la sociedad, esta concepción, fundamentada en la interrelación entre el progreso económico, el bienestar social y la conservación ambiental, aumenta la función de las empresas como actores del desarrollo sostenible, los principios de transparencia, participación, equidad y sostenibilidad surgen como pilares principales de la administración corporativa, facilitando a las organizaciones la construcción de legitimidad y confianza a largo plazo (Donnelly y Wickham, 2021).

La conceptualización de la RSE ha sido formada por diversas iniciativas internacionales que han impulsado su institucionalización, la norma ISO 26000, los informes de la iniciativa Global de Reporting (GRI) y los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas han establecido directrices unidas para que las organizaciones integren criterios sociales y ambientales en sus estrategias que también validan la actividad empresarial en temas como los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, la anticorrupción y la participación comunitaria. Así, la RSE ya no se percibe como una estrategia optativa o como imagen reputacional, sino como una inversión estratégica destinada a potenciar la resiliencia organizacional ante riesgos generales (Galvis et al., 2022).

La RSE actualmente se asocia estrechamente con la generación de valor compartido, el cual propone alinear los objetivos económicos de la organización con las demandas sociales y ambientales, concepto reinterpretado por diversos expertos en años recientes, indica que las empresas pueden descubrir nuevas oportunidades comerciales a través de la solución del acceso a servicios fundamentales, la inclusión laboral o la eficiencia energética. Por lo tanto, se promueve una innovación orientada hacia la sostenibilidad, en la que las ventajas corporativas y el bienestar colectivo son mutuamente necesarias (Cano y Guerrero, 2024).

Del mismo modo, se reconoce la importancia de incorporar la RSE en los sistemas de gobernanza corporativa, lo cual conlleva la implementación de mecanismos de rendición de cuentas, transparencia y la participación de los directivos, así esta transformación ha impulsado un cambio cultural en las organizaciones, dirigida a fortalecer la ética empresarial, el liderazgo responsable y la cohesión interna, por otro lado, la administración de RSE involucra todos los estratos de la organización, desde la dirección superior hasta las operaciones diarias, consolidando una cultura de responsabilidad que tiene repercusiones tanto internas como externas (Cezarino et al., 2022).

1.2.2. Dimensiones de la RSE: económica, social y ambiental

En la actualidad la RSE se relaciona a una integración estratégica que reúnen principios, sostenibilidad y el compromiso social dentro de las actividades empresariales, este concepto se compone de tres dimensiones como la económica, la social y la ambiental y cada una de ellas responde a la demanda persigan la rentabilidad, pero más allá de ello buscan el bienestar de los stakeholders y de la responsabilidad medioambiental en cada una de sus operaciones, esta integración de las dimensiones hacen posible el fortalecimiento empresarial responsable, resiliente y competitivo dentro de los mercados actuales y la sociedad que exigen una creciente transparencia, ética y sostenibilidad en el sector privado (Xu et al., 2024).

En economía, la RSE exige, sin lugar a dudas, que se cree valor siguiendo la ley, una transparencia financiera clara, competencia justa y el pago de impuestos, impulsando la innovación y la eficiencia para que dure en el tiempo. Actuar con ética, en el uso del dinero y al inventar nuevos productos o servicios, es decisivo para mejorar la imagen de la empresa, ganarse la confianza de inversores y clientes. Con esta idea, las ganancias no se ven solas, sino mezcladas con lo social y el ambiente, haciéndolo parte de una estrategia donde se busca un efecto bueno y duradero en la sociedad y el mercado. La evidencia muestra que las empresas que hacen su trabajo de forma responsable, obtienen mejores créditos y mercados más serios, además de ser más competitivas y menos problemas legales o de imagen (del Pino, 2021).

La dimensión social de la RSE se refiere a un conjunto de estrategias y políticas, que las organizaciones usan para mejorar el bienestar de su gente, la comunidad y los grupos de interés con los cuales se relacionan, lo cual implica fomentar ambientes laborales justos y seguros, invertir en la formación y crecimiento profesional, honrar la diversidad e igualdad, además de participar activamente en proyectos sociales que promuevan el desarrollo local o nacional (Ramírez et al., 2022).

Asimismo, un enfoque socialmente responsable, necesita reconocer y proteger los derechos humanos y cooperar con organizaciones de la sociedad civil y entes gubernamentales para afrontar problemas complejos, tipo inclusión, educación y la reducción de desigualdades. La investigación reciente indica que las organizaciones que abrazan la dimensión social de la RSE construyen un valioso capital social, fortaleciendo la unión interna, y aumentando la lealtad y compromiso de empleados y la comunidad, posicionándose como jugadores clave en el fortalecimiento del tejido social (Xu et al., 2024).

La dimensión ambiental de la RSE necesita implementar prácticas empresariales que evitan, reducen y compensan los impactos negativos en el medio ambiente. Implica la gestión eficiente de recursos, disminuir desperdicios y emisiones, además incorporar tecnologías sostenibles y desarrollar procesos o productos circulares. El compromiso

ambiental va más allá de cumplir normas, es ser activo ante el cambio climático, proteger la biodiversidad y cuidar los recursos naturales, algo importante en industrias con gran impacto ecológico. Manejar estratégicamente el medio ambiente no sólo responde a consumidores y reguladores, sino que también crea oportunidades de diferenciación, innovación y acceso a alianzas globales sostenibles. Investigaciones actuales muestran que el liderazgo ambiental ofrece ventajas competitivas duraderas, también mejora como la gente ve la organización, esto ayuda a tener una reputación fuerte y confiable (Omidvar et al., 2024).

Ahora, la Responsabilidad Social Empresarial destaca la importancia de juntar estas tres partes, en la misma manera, la sostenibilidad de la empresa no funciona si cada cosa va por su lado, en vez de eso, hace falta una visión completa donde las decisiones económicas estén conectadas con el bienestar social y la protección del medio ambiente. Estudios recientes también demuestran que las empresas que equilibran las ganancias, lo social y el ambiente tienden a ser más fuertes, creativas y aceptadas por todos. Además, esta mezcla de cosas ayuda a prever problemas, a la vez, se adapta mejor a los cambios en lo que la gente espera, también a las leyes y al mercado; todo esto es importante para que las empresas sobrevivan y crezcan en este mundo global (Aranguren y Maldonado, 2020).

1.2.3. Diferencias entre filantropía, cumplimiento normativo y RSE estratégica

Hoy, en la literatura moderna de RSE, es verdaderamente crítico separar la filantropía corporativa del cumplimiento normativo y la RSE estratégica. Pues cada aproximación, difiere por sus motivaciones, impactos y hasta su nivel de integración con la organización. Aunque se emplean a menudo de forma intercambiable, hasta en discursos y medios, recientes estudios revelan variaciones significativas en su impacto en competitividad y la sostenibilidad empresarial. Tal diferencia es importante para comprender la evolución corporativa desde actos puntuales hasta estrategias integrales, en sintonía con los ODS y expectativas de grupos interesados (Roza y Meijs, 2020).

La filantropía corporativa, se caracteriza por la donación voluntaria de recursos, ya sea dinero, cosas o personas, a causas sociales, culturales o ambientales, y todo ello sin buscar un beneficio económico inmediato, es pues, una práctica antigua en las relaciones empresa sociedad. A pesar de su importancia, la literatura actual señala sus limitaciones como herramienta única para el desarrollo sostenible, esta ejerce una influencia positiva en imagen y reputación de la marca, sobre todo cuando se responde a cosas como desastres naturales o necesidades urgentes de poblaciones vulnerables.

A pesar de ello, los que escribieron resaltan, eso sí, que la filantropía por su cuenta, la que no está atada a nadie, puede generar dudas, entre aquellos que de alguna manera están metidos si no se mete en la política a largo plazo de una organización. Esto pasa, ya que se mira mucho como una táctica que responde al momento, o como una movida para el marketing social, en lugar de un compromiso genuino con el crecimiento que perdura (Wu y Fronda, 2023).

En este análisis académico destaca, por lo demás, el cambio de la filantropía de siempre a la estratégica, de acuerdo con Zuluaga y Acosta (2024), en sus comienzos, la filantropía que hacían las empresas tenía una idea de paternalismo y ayuda, basándose en la ética de los dueños, o en la influencia de las altas esferas locales. Pero en los últimos tiempos se ha visto un giro hacia la filantropía estratégica, ¡ojo!, en donde las empresas organizan sus acciones benéficas según lo que quieren lograr con sus negocios, lo que mejor saben hacer, y cómo se relacionan con los que les importa.

El estudio beneficia a la creación de valor compartido, pretende que las inversiones sociales se fortalezcan, así como al tejido social y substancialmente genera ventaja competitiva de la entidad.

La forma en que las empresas familiares latinoamericanas han adoptado esto, desplegando prácticas filantrópicas diversas que cumplen, pues, las necesidades de sus comunidades y los propósitos estratégicos de la compañía, integrando la filantropía en la cultura corporativa y en el proceso de decisión.

Respecto al cumplimiento normativo, se alude a seguir las leyes, normas y estándares que imponen los gobiernos u organismos internacionales sobre asuntos laborales, impuestos, ambiente y transparencia. Cumplir con esto es necesario como base mínima de la responsabilidad corporativa (Roza y Meijs, 2020).

La filantropía empresarial ha girado hacia una RSE obligada por la ley, forzando a las empresas a gastar una parte de sus ganancias en actividades sociales, los autores señalan, aunque cumplir las leyes aumenta la acción social, se puede quedar en una lista de obligaciones, sin cambiar la cultura o metas de la empresa y sin crear un gran impacto social. Así, cumplir las normativas es básico, mas no es bastante para que las empresas actúen en la transformación social y ambiental; solo es el principio para un compromiso mayor (Jain et al., 2020).

La RSE estratégica abarca una profunda integración de la responsabilidad social con la misión, visión y planes de la empresa. Más que filantropía y cumplir la ley, es mucho más.

Considera riesgos y oportunidades sociales, ambientales, económicos que importan al negocio, en fin, esto se basa en construir ventajas competitivas usando gestión ética, innovación sostenible, y valor compartido.

Toda organización que utilizan la RSE como estrategia utilizan métricas de rendimiento social y ambiental dentro de sus indicadores de gestión. Crean alianzas largas con las comunidades, ONG. Impulsan programas beneficiosos para la sociedad, y también, para la empresa.

Una perspectiva holística ve la relación entre la empresa y su ambiente, además promueve anticipar lo que la sociedad espera, la transparencia y la responsabilidad. (Zuluaga y Acosta, 2024).

Tabla 1. Cuadro Comparativo: Filantropía, Cumplimiento Normativo y RSE Estratégica

Criterio	Filantropía Empresarial	Cumplimiento Normativo	RSE Estratégica
Definición	Acción voluntaria de las empresas destinada a apoyar causas sociales, culturales o ambientales, sin buscar beneficios económicos directos.	El deber legal de acatar leyes, regulaciones y estándares definidos por el Estado o entes internacionales en asuntos laborales, fiscales, medioambientales, y transparencia.	Integración de lo social, ambiental, y ético sostenible en la misión visión y la estrategia empresarial para generar valor compartido de manera integrada.
Motivación principal	Deseo de contribuir al bienestar social o mejorar la imagen corporativa.	Impedir sanciones legales y mantener la licencia de trabajo.	Para lograr ventajas competitivas sostenibles robustecer la reputación, asegurar la continuidad del negocio, pero a largo plazo.
Carácter de la acción	Voluntario y generalmente puntual o reactivo.	Imprescindible y de cumplimiento básico.	Estratégico, y muy bien planificado e integrado en la gestión empresarial.
Alcance	Limitado; se enfoca en donaciones o apoyo a causas externas.	Se ajusta a los requerimientos legales sin aportar valor social extra.	Amplio; abarca toda la organización sus procesos, y las relaciones con sus stakeholders.
Impacto esperado	Mejora de la imagen pública y reputación de corto plazo.	Acatamiento legal y minimizar riesgos.	Creación de valor compartido tanto para la empresa como para la sociedad en sí, la sostenibilidad integral
Ejemplo típico	Donación a fundaciones, campañas de ayuda humanitaria, patrocinio de eventos sociales.	Someterse a las normativas ambientales o laborales dictadas por la ley.	Implementar programas de movilidad sostenible gestión ambiental y bienestar laboral, todo esto alineado con los ODS.
Limitaciones	No genera cambio estructural ni sostenibilidad a largo plazo; puede percibirse como marketing social.	No impulsa la innovación ni el compromiso ético, se limita al ámbito legal.	Requiere compromiso organizacional, y algo de inversión, monitoreo constante; pero eso sí, genera

Fuente: (Ríos, 2025)

En resumen, Asiauto está atravesando un cambio del cumplimiento de la ley a la RSE estratégica, el gran reto es introducir los principios de sostenibilidad en la estructura corporativa, dejar de reaccionar y actuar, así como relacionar sus actividades con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, solo así conseguirá una administración que una ética, ganancia y compromiso social, afianzando su imagen y mejorando su lugar en el competitivo mundo automotriz ecuatoriano.

1.3. Modelos teóricos aplicables

1.3.1. Pirámide de Carroll

La Pirámide de Carroll originariamente elaborada por Archie B. Carroll en 1979 y posteriormente revisada en 1991, la pirámide clasifica las responsabilidades corporativas en cuatro niveles jerárquicos: económico, legal, ético y filantrópico.

Esta estructura consiente estimar el modo en que las empresas pueden contribuir a la sociedad de manera creciente, comenzando con la base económica, que se considera esencial para la subsistencia de la organización, y avanzando hacia responsabilidades centrados en el bienestar colectivo (Bernal y De la Cruz, 2023).

La responsabilidad financiera es la base de la pirámide, lo que significa que las compañías tienen que ser eficaces y rentables en el uso de sus recursos. Este primer nivel acepta que la creación de valor económico es el pilar esencial de la compañía y un requisito fundamental para satisfacer las otras responsabilidades.

El nivel que sigue, el legal, manda que las organizaciones actúen cumpliendo con el marco legal vigente, obedeciendo las leyes y regulaciones fijadas por gobiernos y entidades internacionales.

La legalidad se entiende como el estándar de comportamiento aceptable, aunque no es suficiente para asegurar una conducta responsable, según (López, 2017).

Figura 4. Pirámide de Carroll



Fuente: (López, 2017)

La tercera dimensión, esta que tratamos, encarna la responsabilidad ética. Significa actuar alineado con la justicia, la equidad, la honestidad y el respeto, incluso cuando la ley es un tanto vaga. Este estándar es clave para la confianza entre la empresa y sus grupos, eh, de interés. La sociedad espera transparencia y proactividad ante problemas o vacíos legales, finalmente, la cima de la pirámide simboliza la responsabilidad filantrópica. Es el compromiso voluntario de ayudar a la comunidad con acciones sociales, culturales, educativas, o ambientales. Aunque no es obligatorio ser filantrópico, este acto muestra el

esfuerzo de la organización por ser un "ciudadano corporativo responsable", además de afianzar su legitimidad social.

Investigaciones modernas han confirmado la validez de la Pirámide de Carroll, que puede verse en varios contextos culturales y económicos. Čatić y Šumar (2020) revelaron algo interesante. En las economías en desarrollo como Bosnia y Herzegovina, los clientes, para ellos, valoran más lo filantrópico que lo económico y legal, mostrando una sensibilidad social bien peculiar, esto se ve en lugares donde hay mucha tradición de ayudarse mutuamente.

En los mercados mundiales, la responsabilidad ética, se ha vuelto más relevante, debido a que la sociedad espera que seamos sostenibles, diversos y transparentes. Estas evidencias sugieren que, aun que la jerarquía de la pirámide a veces cambie dependiendo de la cultura o el sector, el modelo sigue siendo útil, para guiar cómo desarrollamos y evaluamos las políticas de RSE (Zhao y Zhou, 2021).

1.3.2. Triple Resultado o Triple Bottom Line

El modelo, el que usamos, dice que el éxito de una empresa se debe medir considerando tres cosas que importan mucho: lo económico, lo social y también, el medio ambiente. La literatura actual valida cómo este enfoque ha impulsado integrar objetivos de desarrollo sostenible dentro de las estrategias corporativas; impulsando las empresas a avanzar hacia modelos de negocios más inclusivos y resistentes, según (Sahoo y Upadhyay, 2024).

En el sector económico, el TBL comprende la importancia de la eficiencia y la rentabilidad empresariales. Pero, subraya la necesidad de un crecimiento financiero alineado con el bienestar social y la preservación ambiental. La dimensión social considera como la empresa participa en la equidad, inclusión, y elevación de la calidad de vida de los grupos de interés clave, como sus empleados, las comunidades y claro, los clientes. Finalmente, la dimensión ambiental representa la responsabilidad activa de la

empresa para disminuir su impacto ambiental, proteger los recursos naturales, y apoyar la lucha contra el cambio climático. Estudios recientes demuestran que integrar estas tres dimensiones en la planificación y gestión organizacional que ayuda a las empresas a disminuir riesgos y cumplir con las leyes, pero sobre todo a explorar nuevas oportunidades de mercado y mejorar su imagen corporativa (Wu et al., 2024).

Para aplicar un eficiente TBL es necesario contar con indicadores precisos y sistemas de reporte que evalúen y comparen el rendimiento en los tres pilares de la sostenibilidad.

La avalancha de estructuras, cual los estándares GRI (Iniciativa Global de Reporting) o la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, ha dado una mano a la uniformización del mostrar resultados en áreas social y ambiental, impulsando transparencia y la responsabilidad, adentrándonos en esto, la puesta en marcha del TBL impulsa una cultura dentro de la organización enfocada en innovación, aprendizaje y mejora continua, esto es clave para crear valor compartido y afianzar ventajas competitivas que perduren (Sahoo y Upadhyay, 2024).

Como resultado, el modelo Triple Bottom Line se convirtió en una herramienta fundamental al diseñar y evaluar estrategias corporativas responsables. Al entender la conexión entre ganancias, bienestar social y la preservación del medio ambiente, el TBL motiva a las organizaciones a reevaluar prioridades, anticiparse a riesgos y participar activamente en la construcción de sociedades más justas y duraderas.

La evidencia empírica realmente muestra, sí, que las empresas que implementan el TBL suelen reforzar la confianza entre sus diversos interesados además, también, de lograr una posición favorable en ambientes de mucha incertidumbre y demanda social (Wu et al., 2024).

1.3.3. Creación de Valor Compartido (CSV)

La Creación de Valor Compartido, o CSV, es una estrategia. Buscan unificar el triunfo económico de empresas con el progreso social, construyendo una relación ventajosa para ambas, la empresa y la sociedad. Muchas investigaciones, desde el 2020, evidenciaron

cómo las organizaciones pueden destacar. Logrando ventajas competitivas si armonizan sus propósitos con los de sus comunidades y demás partes interesadas (Navarro et al., 2024).

Fundamentalmente, la literatura actual revela que la CSV se basa en conjugar el valor económico y social. Esto origina efectos positivos en los grupos interesados y, por supuesto, en toda la sociedad. Una evaluación meticulosa, por Maestre-Matos et al. (2020), apunta a las bases del CSV, que incluyen la creación de valor mutuo y también la generación de impactos positivos, tanto para la empresa como para la comunidad. Se subraya la importancia de la estrategia, la responsabilidad social corporativa (RSC) y la gestión de los interesados.

En el mundo real, las compañías que usan CSV parece que ganan destrezas organizativas impresionantes para encarar las exigencias del mercado y los problemas de la sociedad, un buen ejemplo, el estudio de la cadena del café en Manabí; la colaboración entre entes públicos y privados impulsa el progreso local y la durabilidad del negocio cafetalero (Bravo y otros, 2019).

Además, crear valor compartido no solo implica cambios internos en la empresa, también exige un manejo astuto de su imagen y lazos con la gente. El gobierno local y el marketing pueden potenciar la identidad de las urbes, creando valor como sitios turísticos y dándole un empujón a todos. Implementar estrategias sostenibles en las PyMES también es común. Estudios hechos en Colombia muestran que las pequeñas y medianas empresas desean sacar partido económico, social y ambiental, todo por medio del CSV.

Aun así, existen obstáculos considerables para afinar estos procedimientos, especialmente cuando se considera el ámbito ambiental (Navarro et al., 2024).

1.3.4. ISO 26000

La Norma Internacional ISO 26000, es una guía internacional concebida para orientar a las organizaciones para integrar la responsabilidad social en sus estrategias y operaciones.

Desde 2020, la investigación científica, ha examinado, las repercusiones, los desafíos y los beneficios de implementarla, en distintas industrias. La ISO 26000 nació, para responder al creciente requerimiento global; implementar prácticas armonizadas en responsabilidad social, así, enfatizando la importancia de la equidad social, ecosistemas saludables, y una gobernanza organizacional ética. Aunque la norma ISO 26000 no exige certificación, su implementación voluntaria, puede promover la transparencia y la sostenibilidad dentro de las organizaciones (Sulaiman y Sharif, 2023).

Una de las más recientes contribuciones es el análisis de los incentivos, y los obstáculos para aplicar la norma ISO 26000 en distintas clases de organizaciones. Aspectos, como la reputación, las ventajas competitivas, mejorar la relación con empleados, e interesados, y minimiza los riesgos, eso, constituye motivadores vitales, para su implementación. Entre los escollos hallamos el desconocimiento de este estándar, la falta de fondos, y la ardua tarea de integrar la responsabilidad social en la estrategia organizacional según (Bijlmakers, 2022).

En cuanto a la armonía con la sostenibilidad, los autores en una comparación, entre la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, o ODS, encontraron una meta en común fomentar el desarrollo sostenible y la integración de sus facetas económica, social y ambiental. Implementar buenas prácticas, con la base de la norma ISO 26000, le ayuda a las organizaciones, especialmente en el ámbito turístico, a contribuir activamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como lo mencionan (Sulaiman y Sharif, 2023).

1.3.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

A partir del 2015, la Organización de las Naciones Unidas, o ONU, designó los ODS como brújulas, para el desarrollo armonizado de los sectores públicos y privados. Son diecisiete objetivos de desarrollo y ciento sesenta y nueve metas que abordan problemas diversos como pobreza, género, acción climática, trabajo decente, y una producción responsable.

Las compañías tienen la capacidad de conectar sus planes de RSC con los ODS seleccionando metas específicas de negocio que les permitan incidir directamente, usando su operativa cotidiana (González et al., 2022).

1.4. Estándares internacionales y mecanismos de medición de la RSE

Las herramientas y normas internacionales para medir la RSE son fundamentales, ya que orientan, comparan y evalúan el compromiso y las acciones que corresponden a las empresas alrededor del mundo, así estos modelos proporcionan mapas con el objetivo de ejecutar acciones y políticas que estén en línea con la ética, la transparencia y la sostenibilidad (del Pino, 2021).

Entre los estándares internacionales más importante esta la ISO 26000, ella dirige a las compañías para integrar la responsabilidad social en su trabajo, considerando derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, y buen gobierno corporativo. Otro estándar popular es la Iniciativa Global de Reporting (GRI), dando pautas para crear informes de sostenibilidad, permitiendo a las empresas informar de manera transparente y comparable su desempeño social, ambiental y económico (Global Reporting Initiative, 2023).

En cuanto a los instrumentos de medición, las corporaciones usan herramientas como indicadores clave de desempeño (KPIs), estudios de impacto y reportes de sostenibilidad, estos indicadores, se usan para examinar avances en temas importantes como los derechos humanos, la equidad de género, el cambio climático, y también el desarrollo local. La consistencia, de los informes de RSE con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), le da a las empresas, la habilidad de demostrar su contribución a las metas mundiales, promoviendo la confianza en los grupos de interés (Montejo & Rodríguez, 2025).

Además, la aplicación de normas y procedimientos de medición impulsa la transparencia y la responsabilidad, facilitando la comparación entre organizaciones y sectores y a identificar áreas necesitadas de mejora. La adopción de estos sistemas, ayuda a fortalecer la reputación corporativa y, ya veras, la confianza de inversores y consumidores.

1.5.La RSE en la industria automotriz

La RSE en el sector automotriz, se ha vuelto más importante en los últimos años, como respuesta a las expectativas de consumidores, gobiernos y la sociedad civil, sobre sostenibilidad y ética empresarial. El sector encara singulares retos, considerando su huella ambiental, la complicada cadena de suministro mundial y las condiciones laborales. Por ende, la adopción de políticas de RSC se ha convertido en una imperiosa necesidad estratégica (Salazar, 2025).

Uno de los pilares centrales de la RSE en el sector automotriz, es, sin dudar, la sostenibilidad ambiental. Las empresas se han movilizadas, implementando políticas para reducir emisiones nocivas, mejorando el uso de materiales, y favorecer la economía circular, impulsando vehículos eléctricos y tecnologías "verdes" a diestra y siniestra. Adoptar estándares globales como la ISO 26000, junto a marcos de informe como la GRI, han dado a las compañías, herramientas para medir y comunicar con transparencia su avance en aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (González M. , 2025).

Un elemento CLAVE es la gestión responsable de la cadena de suministro. En la industria automotriz, que es bien vasta, esta cadena atraviesa múltiples países y proveedores, obligando a garantizar el respeto a los derechos laborales, que NO se use trabajo infantil y respetar el medio ambiente, por supuesto. Las corporaciones más importantes han establecido códigos de conducta para sus proveedores, además de auditorías de cumplimiento, haciendo de la RSE un componente crucial en la relación con sus socios comerciales (Lozano, 2023).

En el mundo social la industria automotriz se ha esforzado, para fortalecer la seguridad laboral, la diversidad y la inclusión. Asimismo, ha procurado invertir en proyectos comunitarios y en programas de formación para sus trabajadores. La reputación y el gusto de los consumidores están también vinculados con la percepción de la RSE, dado que los

consumidores contemporáneos aprecian empresas que evidencian un compromiso genuino con la sociedad y el medio ambiente (González M. , 2025).

La incorporación de la RSE se manifiesta en ventajas competitivas para las compañías del sector automotriz. Una investigación llevada a cabo en el sector maquilador de Tijuana subraya que la implementación de políticas responsables no solo disminuye los riesgos legales y de reputación, sino que también favorece la permanencia y competitividad de las empresas en mercados globales de elevada exigencia (Salazar, 2025).

1.6.Marco conceptual

1.6.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE, se concibe como un compromiso propio de las empresas. Integra prácticas sociales, ambientales y éticas en su administración, superando el estricto cumplimiento de la ley, muchos expertos remarcan que la RSE, ha pasado de ser un acto de caridad a una estrategia completa, un motor del desarrollo sostenible.

En el sector automotriz, esta descripción es importante ya que es una industria con grandes consecuencias ambientales, (emisiones de CO₂, residuos peligrosos) y sociales (seguridad en las carreteras, creación de trabajo). Para Asiauto S. A., la RSE va más allá del mero respeto a las leyes ambientales de Ecuador; se trata también de forjar políticas que robustezcan su posición y la conecten con la estrategia general de Kia.

1.6.2. Pirámide de Carroll

Carroll (1991) arguye que las responsabilidades de las empresas se organizan en cuatro niveles: económico, legal, ético y filantrópico, este modelo, aun hoy, sigue teniendo fuerza al demostrar que una empresa no solo debe enfocarse en lo económico, sino que debe esforzarse en lo ético y filantrópico, así alcanzar legitimidad social.

Aplicación en Asiauto, la compañía cumple usualmente con sus obligaciones legales y económicas, pero se evidencian fallas en aspectos éticos como la transparencia y la comunicación con los stakeholders, además de debilidades en lo filantrópico, debido a una ausencia de programas comunitarios claramente establecidos.

1.6.3. Triple Bottom Line TBL

La sostenibilidad empresarial se valúa mediante tres ejes como Profit económico, People social, y Planet ambiental, frecuentemente empleado en industrias con mucho impacto ambiental.

Aplicación en Asiauto: en la actualidad, la empresa da prioridad al pilar económico ventas y rentabilidad, los pilares social y ambiental no tienen métricas definidas. El plan de RSE procura equilibrar los tres elementos para acoplar la operación a las normas internacionales.

1.6.4. Creación de Valor Compartido CSV

Porter y Kramer 2011, exponen que las empresas pueden crear valor económico, abordando problemas sociales y ambientales, este enfoque podría convertir la RSE en un motor de innovación y competitividad de verdad.

Aplicación en Asiauto: ¿Podría, la empresa entonces crear valor compartido al promover iniciativas de movilidad sostenible, reciclaje de autopartes y programas de formación técnica para los jóvenes, con ventajas, beneficios tanto para la comunidad como para su negocio?

1.6.5. ISO 26000

La ISO 26000 indica pautas globales para fusionar la responsabilidad social dentro de las organizaciones, sin duda. Esta difiere de otras reglas, ya que no se puede certificar, pero ofrece indicaciones que facilitan la organización de la RSE, bueno.

Aplicación en Asiauto: esta regla puede ser útil para crear políticas y procedimientos, permitiendo que la compañía organice su estrategia de RSE según estándares aceptados mundialmente.

1.6.6. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

¿Ofrecen los ODS delineados en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas un esquema global para impulsar un desarrollo inclusivo y sostenible?

Aplicación en Asiauto: la empresa podría centrarse en los ODS 8 (trabajo digno y crecimiento económico), ODS 12 (producción y consumo responsables) y ODS 13 (acción por el clima), ¿pero están vinculados directamente a sus actividades y los desafíos ambientales en el sector automotriz ecuatoriano?

1.6.7. Comparación y aplicabilidad en el contexto automotriz ecuatoriano.

La Pirámide de Carroll junto con el Triple Bottom Line, ambos ofrecen cuadros normativos y éticos fundamentales, resultan, ¿idóneos para descubrir áreas deficitarias en Asiauto?

La Creación de Valor Compartido, (CSV) es una palneación estratégica, la cual une sostenibilidad y competitividad, importantes para el mercado automotriz que vive actualmente en una transición a la electromovilidad.

La ISO 26000 y los ODS, son guías prácticas y metas internacionales; adaptables al contexto ecuatoriano, donde carecemos de una ley específica de RSE, aun, a pesar de las crecientes exigencias de consumidores y reguladores.

Es así como la unión de estas guías teóricas y prácticas, comprenden las referencias necesarias para el diseño de un plan de RSE para Asiauto S. A. como un plan integral, medible, y adaptable, tanto a lo nacional como a lo internacional.

1.7.Marco legal

En Ecuador, aún no se ha establecido una legislación específica y obligatoria para todas las empresas privadas, aunque existen diversas regulaciones, políticas públicas y disposiciones jurídicas que, de manera transversal, promueven la adopción de prácticas responsables, particularmente en el ámbito social, ambiental y jurídico. Los elementos fundamentales del marco jurídico ecuatoriano que afectan la RSE son los siguientes:

1.7.1. Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 424 de la Constitución ecuatoriana, se fija la Constitución como norma cumbre, prevaleciendo sobre cualquier otra norma legal. Este fundamento obliga a todas las empresas, incluidas las políticas de RSE, a sujetarse a sus preceptos. El artículo 425 refuerza esa primacía, fijando el orden jerárquico de las leyes y demás normas. La Constitución se sitúa en la cúspide sobre leyes, reglamentos, y toda acción del estado. Esta estructura asegura que los derechos y principios constitucionales sean el cimiento de cada estrategia o plan de negocio. Garantiza que Asiauto S. A. actúe legalmente y con los valores esenciales de la nación (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

El artículo 10 declara que individuos, comunidades, pueblos, nacionalidades y también la naturaleza, son titulares de los derechos asegurados por la Constitución y tratados internacionales.

En cuanto a la salvaguarda de estos derechos, el artículo 11 declara que su aplicación se basa en principios de igualdad, no discriminación, y acción afirmativa, también asigna a las autoridades el deber de interpretar los derechos de forma más favorable para que existan. Esta regulación, se aplica al momento e instantáneamente, acentúa el compromiso de las compañías con el avance de la equidad, el respeto a la diversidad, e inclusión social en sus procesos. Además, impone la tarea de resguardar y honrar los derechos de la naturaleza, siendo esta un elemento vital del entorno en el cual operan (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

Artículo 83, describe las obligaciones y deberes de los ciudadanos ecuatorianos, deben respetar los derechos humanos, también, promover el bienestar común y ser solidarios, de igual manera, administrar bien el patrimonio público y cuidar el patrimonio cultural y natural, estas obligaciones, son la base ética y social de la responsabilidad empresarial, impulsan a las empresas a actuar con transparencia y solidaridad, a trabajar por el desarrollo sostenible, sus intereses deben ir de la mano con el bienestar de todos.

En contraste, el artículo 84 exige que todas las entidades con poder para hacer leyes, las concuerden con los derechos contemplados en la Constitución y en los tratados internacionales, del mismo modo prohíbe cambios o leyes que los agraven. (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

El artículo 85, aclara la alineación hacia el bien común, exige que la formulación y ejecución de políticas públicas, incluyendo la actividad empresarial, se ajusten al principio del buen vivir y se basen en la solidaridad y la participación social, lo cual conlleva la obligación de las empresas, sobre todo aquellas que ejecutan un impacto social y ambiental significativo, como Asiauto S.A., de ayudar a la resolución de problemas y a la construcción de comunidades más equitativas y sostenibles. El control social y la participación ciudadana, descritos en la constitución, respaldan la demanda de transparencia y responsabilidad por parte de las empresas, y resaltan la necesidad de dialogar con los diversos grupos de interés existentes (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

Al final, el artículo 427 de la Constitución dicta la superioridad constitucional y su control, estableciendo que las leyes constitucionales siempre deberían interpretarse asegurando al máximo los derechos. Si hay conflictos, la ley superior manda, la más protectora. Con esto, toda empresa, incluyendo la responsabilidad social debe ser siempre evaluada ante las reglas y derechos claves, protegiendo a la gente y al ambiente, que, en la constitución de Ecuador, es también un ser con derechos. Así pues, añadir estas leyes define si algo es legal para la empresa pero también guía hacia la ética, sostenibilidad y

legitimidad, viendo a la empresa como clave en el crecimiento del país (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

1.7.2. Código orgánico del Ambiente

El Código Orgánico del Ambiente (COA) ecuatoriano determina principios, deberes y obligaciones definidas para evitar, disminuir, y corregir perjuicios ambientales producidos por la actividad productiva, inclusive en el sector automotriz. En sus primeros principios, el COA declara un deber legal del Estado, individuos y negocios: afrontar la responsabilidad por los daños ambientales ocasionados, esto basándose en el principio de responsabilidad objetiva. Lo cual significa que cualquier individuo, natural o jurídico, debe aceptar la responsabilidad por el daño, sin necesidad de demostrar mala intención o negligencia (artículos 10 y 11). Asimismo, los involucrados en proyectos, trabajos o actividades tienen que establecer sistemas de control ambiental constante y poner en práctica todas las medidas necesarias para evitar daños, sobre todo en actividades de alto riesgo ambiental (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

El Código Orgánico de Administración de Residuos establece de manera explícita la gestión integral de residuos y residuos, estableciendo que debe seguir un principio de jerarquización: inicialmente la prevención, posteriormente la minimización, el aprovechamiento o valorización, la eliminación y, finalmente, la disposición final, que únicamente es aceptable para aquellos residuos que no puedan ser tratados o reutilizados de manera adecuada (artículo 226). El artículo 224 establece que la administración de residuos y residuos está bajo la tutela estatal y su propósito es contribuir al desarrollo sostenible. Adicionalmente, el artículo 225 establece que tanto las personas físicas como las entidades públicas deben adherirse a políticas tales como la responsabilidad extendida del productor, la minimización de riesgos sanitarios y ambientales, el estímulo al aprovechamiento y valorización de los residuos, así como la implementación de buenas prácticas ambientales en todos los procesos de producción (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

En cuanto a los residuos peligrosos y especiales, el artículo 238 establece la obligación que recae sobre cada persona o compañía creadora de esos desperdicios, exigiéndoles ser propietarios y responsables de su manejo ambiental, iniciando desde que se originan hasta su eliminación completa. Igualmente, los generadores junto con los administradores que intervienen en el proceso, asumirán responsabilidad conjunta frente a incidentes, siendo causantes de contaminación o daños ambientales. (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

En lo concerniente a la gestión de sustancias químicas peligrosas, el Artículo 216 del COA establece la responsabilidad solidaria del importador, exportador, fabricante y acondicionador de dichas sustancias, así como del tenedor o propietario en caso de incidentes. Por lo demás, responsabiliza a aquellos que no verifiquen las autorizaciones administrativas antes de transferir o recibir sustancias de alto peligro. En el artículo 217, se establece que el principio de responsabilidad extendida del productor impone a los fabricantes y comercializadores asumir la administración integral del producto durante su ciclo de vida, incluyendo su disposición final cuando se transforma en desecho. Adicionalmente, el artículo 218 dictamina la divulgación de información acerca del manejo seguro de las sustancias químicas y los riesgos asociados, mientras que el artículo 219 requiere la obtención de autorizaciones para el almacenamiento, transporte y distribución de dichas sustancias (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

Por lo demás, el Código promueve la producción y el consumo sustentable. El artículo 243 instruye a la Autoridad Ambiental Nacional a fomentar patrones de producción responsables, certificando las buenas prácticas con sellos verdes. El artículo 245 impone a las corporaciones e instituciones la obligación de prevenir la contaminación, reducir las emisiones y residuos, incorporar eficiencia energética, y promover el reciclaje, el consumo sostenible y el acceso a la información ambiental. En última instancia, los artículos 290 y 292 subrayan la atribución de responsabilidad y la obligación de actuar inmediatamente ante daños ambientales, estableciendo que el operador debe implementar medidas de contingencia, mitigación, remediación, restauración y compensación de daños (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

1.7.3. Ley Orgánica de Empresas Públicas, LOEP

La Ley Orgánica de Empresas Públicas, que está orientada primordialmente hacia las entidades estatales, establece principios y directrices que han servido como referentes para el sector privado en la construcción de modelos de gestión responsables y sustentables. En su artículo 5, la ley dice, que la administración de negocios necesita guiarse por eficiencia, responsabilidad social, transparencia y también, sostenibilidad ambiental. Además, se menciona que toda compañía debe ayudar al avance económico, social y medioambiental del país. El artículo 7 amplía esto, detallando que las empresas, donde trabajan, necesitan aportar a la creación de valor extra, la innovación, el uso lógico de recursos y la inclusión social, esto conecta completamente con los pilares principales de la responsabilidad social empresarial (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009). Esta ley pide, que toda planificación estratégica, incluso la de RSE, mire no solo la ganancia, pero también, el impacto social y ambiental de las actividades empresariales.

En efecto, el artículo 8 de la Ley Orgánica del Trabajo subraya la imperiosa necesidad de que las empresas incorporen el buen gobierno corporativo, gestión ética, y la rendición de cuentas, así como la prevención contra la corrupción – cosas hoy cruciales para una RSE fuerte y armonizada con normativas internacionales, como la ISO 26000 o la estrategia Kia. Asimismo, el artículo 19 obliga a las compañías a alentar la participación ciudadana, la equidad entre géneros y la inclusión, sin olvidar la formación y el bienestar de su gente (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009). Este enfoque tan amplio reconoce que la sostenibilidad corporativa involucra acciones para achicar brechas sociales y ambientales, impulsar el desarrollo profesional y asegurar ambientes de trabajo justos, a fin de alcanzar las metas de analizar posibilidades de participación social y lidiar con problemáticas relevantes vinculadas a la sostenibilidad en Asiauto S. A.

La legislación también consagra, sí, el artículo 24 a la transparencia y al acceso a la información, obligando a las empresas a comunicar clara y regularmente sus quehaceres económicos, sociales, y ambientales (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009). Un pilar fundamental, esto es, para la rendición de cuentas, así como la construcción de

confianza entre los diferentes grupos. Se subraya, de hecho, con este principio, la importancia de emplear sistemas de reporte que se apeguen a normas internacionales como los de la Global Reporting Initiative GRI facilitando una comunicación efectiva de resultados y progresos del plan de RSE tanto puertas adentro como hacia afuera.

Finalmente, el artículo 32 indica que las compañías deben crear y ejecutar programas y proyectos que den valor a la sociedad y al medio ambiente, usando métodos que impulsen la sostenibilidad a largo plazo y la innovación responsable. Así, la LOEP brinda un marco de referencia firme que, si bien no es obligatorio para las compañías privadas, se reconoce en Ecuador como un estándar de buenas prácticas. Este estándar puede ser asumido de forma voluntaria por Asiauto S.A. para fortalecer su modelo de gestión social, ambiental y corporativa en armonía con la legislación nacional, las tendencias internacionales y la estrategia de sostenibilidad de la marca Kia.

En resumidas cuentas, los modelos teóricos examinados nos dejan ver que la RSE es como un sistema de gestión que busca unir elementos como lo económico, lo social, lo ambiental, y también lo ético, todo esto en la estrategia de la empresa, así mismo la Pirámide de Carroll, que es como una estructura de niveles la cual permite entender las obligaciones de las empresas, por su parte el Triple Bottom Line, explica de un balance entre el dinero generado, la responsabilidad medio ambiental y el valor que aporta a la sociedad, finalmente, la Creación de Valor Compartido, demuestra que las ganancias pueden ir de la mano con beneficios importantes para la gente. Además, la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible son muy relevantes para Asiauto S. A. porque ayudan a entender lo que falta después de haber hecho el análisis: no hay políticas claras sobre sostenibilidad, no hay forma de medir el progreso, la RSE no está muy relacionada en la forma en que trabaja la empresa y no se comunica bien con los interesados. Por lo tanto, el marco teórico brinda mucho más que bases conceptuales pues además forja una base metodológica y estratégica para la creación de una propuesta que responda a la realidad operativa de Asiauto y a las tendencias globales del sector.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque y tipo de investigación

El estudio actual adopta un enfoque de métodos mixtos, integrando métodos cualitativos y cuantitativos, lo cual mejora la comprensión del contexto de Asiauto S.A. respecto al tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esta combinación metodológica responde a la naturaleza del objeto de estudio que requiere, por un lado, cierto grado de exploración de las percepciones internas organizacionales, experiencias y prácticas, así como la recolección de datos objetivos y medibles para guiar el diseño del plan propuesto.

Parte de la justificación para el enfoque cualitativo procede de la necesidad de entender las funciones que los miembros de la organización asignan a la RSC y las barreras culturales y estructurales para su implementación, así como las expectativas en torno a su impacto. Este componente se llevará a cabo a través de entrevistas semiestructuradas con gerentes, líderes de área y otros actores clave involucrados en la gestión institucional y en las relaciones comunitarias. El objetivo es capturar la complejidad contextual e identificar dinámicas internas para desarrollar teorías relevantes que conduzcan a la creación de estrategias adecuadas y contextualizadas (Hernández et al., 2014).

Al mismo tiempo, la metodología cuantitativa permitirá analizar los datos empíricos obtenidos a través de encuestas realizadas a una muestra representativa de colaboradores con el propósito de identificar patrones, niveles de conocimiento, percepción institucional y la disposición a adoptar prácticas sostenibles. A través de la estadística descriptiva, se sistematizarán estos resultados para facilitar la priorización de acciones en el plan de RSE. Este componente aporta objetividad y sustenta la toma de decisiones en hechos medibles, en este caso, sobre evidencia cuantificable, que se alinean al principio de gestión basada en resultados (Saunders et al., 2016).

En cuanto a la clase de investigación, la descripción del estudio resulta ser descriptiva propositiva. Explica esto ya que se esfuerza en desglosar la coyuntura actual de Asiauto

S.A. dentro de sus políticas, y prácticas, sus percepciones además de impactos, relacionados con la RSC.

En este sentido, es propositivo en cuanto que el objetivo final de la investigación no solo se limita a observar o describir una realidad, sino que también se procura diseñar una estrategia concreta: un plan de RSE, ya elaborado, que cumpla con estándares internacionales y se adecue a la visión institucional de la empresa. La razón de ser propositivo implica elaborar una alternativa de solución que sea viable, medible, y que esté donde estratégicamente el negocio del plan se enfoque, así como brindar de una riqueza social, ambiental y económica positiva.

A nivel del sistema, esta lógica metodológica da insumo para cerrar la brecha entre el diagnóstico de la realidad actual y la formulación de una propuesta de valor organizacional. Resulta asertivo por la naturaleza de la complejidad del problema definido, que incluye variables de tipo cuantificable y de ética, cultura y gobernanza empresarial.

2.2.Métodos y técnicas de recolección de información

En alineación con el enfoque mixto propuesto en esta investigación, se utilizarán tanto métodos como técnicas cualitativas y cuantitativas para recopilar información con el fin de capturar una imagen amplia y comprensiva de la situación actual de Asiauto S.A. en relación con la RSE, así como los factores necesarios para elaborar una estrategia que cumpla con los estándares internacionales.

Desde una visión cuantitativa se echará mano de la encuesta formal aplicada a los empleados de la compañía provenientes de distintas áreas operativas administrativas y de gestión. El cuestionario digital anónimo y autocompletado será la herramienta clave, usándose escalas tipo Likert específicamente diseñadas, para medir el grado de conocimiento sobre la percepción aprecio y disposición ante la adopción de prácticas de RSE.

Por esta razón, en el aspecto cualitativo se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con cada uno de los directores y jefes de área. Ellos contaban con una visión estratégica en cuanto a RSE que, junto a su institucional, las organizacionales y la posibilidad efectiva de incorporarle dicha.

La observación no participante en lugares clave de la organización, como reuniones de gerencia, atención al cliente y actividades de tipo comunitario, también se considera para el caso. El objetivo es captar sociológicamente la cultura organizacional y prácticas sociales responsables que puedan ayudar o dificultar su institucionalización. Esto servirá al Constructo sobre el contexto organizacional y la organización, cultura empresarial y discurso institucional.

Estas claves, como se ha descrito en el anterior análisis, comprenden:

Tabla 2. Técnicas e instrumentos para la recolección de información

Técnica	Instrumento	Fuente de información	Propósito principal
Encuesta estructurada	Cuestionario digital	Colaboradores de Asiauto S.A.	Medir percepciones, nivel de conocimiento y actitudes
Revisión documental	Fichas de análisis documental	Informes internos y literatura	Identificar lineamientos normativos y buenas prácticas
Observación directa	Lista de verificación temática	Procesos y espacios organizacionales	Reconocer dinámicas culturales y prácticas informales

Fuente: (Ríos, 2025) con base en (Sekaran, 2016).

En general, estas técnicas permitirán recopilar una base de datos sólida y variada que es importante, para concebir una propuesta relevante, factible, y a la vez consistente con la realidad institucional de Asiauto S. A.

2.3.Población y muestra

La población objetivo de este estudio abarca a los empleados y directivos de Asiauto S. A., incluyendo personal de diversas áreas como las administrativas, operativas, y estratégicas.

Asiauto S.A. cuenta con aproximadamente 470 empleados que se encuentran en diversas ciudades del país, incluyendo Quito, Manta, Riobamba, Ambato, Latacunga y Portoviejo. Sin embargo, para este estudio en particular, limitaciones logísticas y la exploratoriedad de la investigación lo llevaron a definir trabajar con una muestra no probabilística, por criterios de intencionalidad y conveniencia. Este tipo de muestreo es adecuado para investigaciones de tipo mixto, ya que posibilita la selección de aquellos participantes más pertinentes y disponibles para los objetivos del estudio (Hernández et al., 2014).

El grupo que será parte de la encuesta cuantitativa se compone de trabajadores de diversas posiciones, tales como comerciales, técnicos, administrativos y de servicio al cliente. Estos colaboradores serán contactados a través de los canales digitales institucionales. Ellos recibirán la invitación a participar de forma voluntaria para realizar el cuestionario. Se busca captar empleados con diferentes niveles de formación, antecedentes laborales y geográficos con el objetivo de captar opiniones diversas que enriquezcan el análisis estadístico sobre la percepción organizacional y la percepción general.

Para realizar el cálculo de la muestra, se desarrolla la siguiente tabla:

Tabla 3. Elementos para el cálculo de la muestra

n =	Tamaño de muestra buscado
N =	Tamaño de la Población o Universo
Z" =	Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)"
e =	Error de estimación máximo aceptado

p =	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
q = (1 - p) =	Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Fuente: (Ríos, 2025)

Tabla 4. Tabla de Nivel de Confianza

Nivel de confianza	Z Alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Fuente: (Ríos, 2025)

Se considera la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Za^2 * p * q}{e^2 (N - 1) + Za^2 * p * q}$$

Tabla 5. Valores de la fórmula

n =	?
N =	470

Z =	0,674 (50% nivel de confianza)
e =	0,05
p =	0,5
q =	0,5

Fuente: (Ríos, 2025)

Reemplazando valores en la formula se obtiene:

$$\frac{470 * 0,674^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (470 - 1) + 0,674^2 * 0,50 * 0,50} = \mathbf{41,50}$$

$$\frac{470 * 0,454 * 0,50 * 0,50}{0,0025 (469) + 1,1725 * 0,50 * 0,50} = \mathbf{41,50}$$

$$\frac{470 * 0,454 * 0,25}{0,0025 (469) + 0,674^2 * 0,25} = \mathbf{41,50}$$

$$\frac{53.345}{1.286} = \mathbf{41,48}$$

El resultado de la aplicación de la fórmula es de 41,50 lo que se interpreta como 41 empleados de Asiauto a quienes se les realizará la encuesta estructurada.

2.4.Análisis e interpretación de la información

El análisis y la explicación de los datos reunidos en esta investigación se hará de acuerdo al enfoque combinado fijado, lo que supone el manejo simultáneo de datos cuantitativos y cualitativos, cada uno con métodos únicos pero que se ayudan, enfocados a contestar las metas concretas del estudio y apoyar la idea de RSE para Asiauto S.A.

Para empezar, el manejo de los datos que se obtengan de las encuestas, se hará por medio del análisis estadístico descriptivo, usando medidas de tendencia central, frecuencias totales y relativas, y dibujo gráfico de los resultados por medio de histogramas y gráficos circulares. Dichos análisis se harán con el apoyo de herramientas como Microsoft Excel, para organizar los resultados y hacer más fácil su explicación.

La meta será apreciar modelos generales de percepción sobre la RSE, niveles de conocimiento, valoración de prácticas sostenibles y ganas de tomar parte en proyectos institucionales que tengan que ver con el desarrollo social y ambiental.

Esa examinación destapará esas fallas internas entre departamentos, rangos de edad, o niveles de mando, también se podrá ver la resistencia y la aceptación a considerar para el diseño del plan. Los datos numéricos se organizarán en matrices y tablas para que su lectura comparativa y visual sea más fácil.

Por lo que respecta a la información de las entrevistas semiestructuradas, haremos un análisis cualitativo del contenido. Se transcribirán enteramente las conversaciones, después se leerán bien y luego codificarán los temas mediante categorías que surgen. Esas categorías se construirán a partir de las líneas investigativas como la sostenibilidad, la cultura de la empresa, la administración estratégica, el impacto en la comunidad y la visión institucional. Para este proceso, vamos a usar una codificación abierta y axial, para identificar relaciones, similitudes, contradicciones y todos los aportes interesantes del habla de los participantes (Saldaña, 2021).

El método será integrado usando la triangulación metodológica, con lo cual se compararán resultados logrados con distintas técnicas e instrumentos y por ende validando que todo es consistente y reforzando la exactitud del estudio.

Esta triangulación sin duda allanará el camino, posibilitando la elaboración de un diagnóstico sólido y auténtico, sirviendo como fundamento para crear un plan de RSE acorde con la idiosincrasia institucional, las aptitudes organizativas y lo que el entorno espera.

El análisis se desarrolla por varias etapas que son:

1. Poner en orden los datos, organizándolos en tablas y archivos de datos.
2. Reducir los datos, clasificando y resumiendo por asuntos concretos.
3. Ver e interpretar los datos, juntando los hallazgos y viéndolos con la teoría.
4. Preparar los descubrimientos clave, notando opciones, debilidades, y cosas importantes.
5. Juntar opiniones sobre la idea, metiendo los hallazgos en el diseño del plan de RSE.

Esta metodología analítica no sólo ayudará a responder las preguntas de la investigación, sino que también nos ayudará a construir una propuesta de gran valor estratégico, que se sustenta en la realidad de Asiauto S. A. y las mejores formas de gestión organizacional responsable.

2.5. Criterios de validez y confiabilidad

La validez y la confiabilidad, son los pilares de cualquier investigación, dado que estas aseguran la calidad, la integridad y la utilidad de los resultados obtenidos, en este estudio actual, una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos será el camino. Se implementarán estrategias específicas, para solidificar ambos criterios. La meta, asegurar los datos obtenidos reflejen con fidelidad la realidad organizativa de Asiauto S.A., lo relaciona directamente a la RSE.

2.5.1. Validez

La validez se refiere al grado en que los instrumentos utilizados miden efectivamente los conceptos que se pretende estudiar (Hernández et al., 2014), para asegurar la calidad e información fiable de los datos, las herramientas empleadas en la investigación, debieron de superar un proceso de validación técnica y metodológica. El cuestionario creado para los trabajadores, fue construido utilizando las dimensiones de la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, seleccionando preguntas para evaluar sus percepciones, prácticas, actitudes y nivel de entendimiento sobre la RSE, además, el instrumento se sometió a una revisión, por expertos en sostenibilidad empresarial, metodología de investigación y gestión organizacional, donde evaluaron la claridad, relevancia y coherencia de cada pregunta respecto a las variables del estudio, igualmente los comentarios recibidos facilitaron el ajuste de la redacción, eliminar repeticiones, y asegurarse de que cada pregunta aportase al análisis de las dimensiones evaluadas. Por otro lado, una prueba piloto se implementó con un pequeño grupo de empleados que no entrarían en la muestra final. Esta prueba, facilitó la identificación de posibles confusiones, comprobar la comprensión de las escalas de respuesta, y reajustar el orden lógico del cuestionario.

Los resultados del piloto, fueron útiles para calcular la consistencia interna del instrumento; más allá de eso, su fiabilidad fue revisada con el coeficiente Alfa de Cronbach, esto prometió estabilidad en las respuestas dentro de las dimensiones examinadas.

Con las entrevistas semiestructuradas, pensadas para directivos y jefes de área, la validación ocurrió usando el criterio de expertos; ellos analizaron la conexión de las preguntas con los temas centrales de cultura organizacional, ética, sostenibilidad y gestión estratégica, esta revisión facilitó acomodar la profundidad y el orden de las preguntas, lo cual favoreció una charla sin problemas, y enfocada a lo que buscaba el estudio. De esa manera se contempló un proceso de validación visual revisando el lenguaje empleado, eso garantizó la claridad y accesibilidad para gente con diferentes asignaciones laborales.

El total de estas acciones metodológicas garantizó que los instrumentos utilizados fuesen oportunos, armoniosos con el marco teórico, y lograsen entregar información confiable y representativa sobre la situación de Asiauto S. A. tocante a la responsabilidad social empresarial.

En esta investigación, se emplearán distintas formas de validez:

Validez de contenido: Para asegurar esto, los instrumentos de recolección como el cuestionario y guía de entrevista, los expertos en investigación y gestión empresarial, les darán un vistazo. Su revisión verificará la relevancia, la claridad y ajuste de cada ítem con los objetivos y variables del estudio, es cierto. Además, se verá si las preguntas cubren los puntos clave, teóricos y prácticos de la RSE.

Validez aparente: Se usará un lenguaje que se entienda fácil y claro, coherente con el entorno de los que participan. Los instrumentos serán para todos, operativo y administrativo, intentando quitar el riesgo de malentendidos.

Validez interna: Dentro de los aspectos cualitativos, se busca la lógica entre los datos, las categorías, y las interpretaciones que se realice, lo que permite triangular información, sus fuentes y métodos para contrastar la información.

Validez externa: A pesar de que el estudio se enfoca en Asiauto S. A., se conserva la posibilidad de aplicar lo que se encuentre en otras empresas del sector automotriz parecidas, para esto, se registrará el ambiente investigativo en gran detalle, las particularidades de los involucrados, además de las circunstancias donde se usaron los instrumentos.

2.5.2. Confiabilidad

La fiabilidad alude a la solidez y permanencia de los resultados, si el estudio se repite con condiciones similares. Para asegurar esto, se utilizarán las siguientes estrategias:

Prueba preliminar de instrumentos: Antes de la recopilación formal de datos, un ensayo piloto del cuestionario se implementará con un pequeño grupo de participantes. Esto ayudará a identificar confusiones, errores de entendimiento, o repeticiones, haciéndose ajustes si son necesarios. También una prueba de entrevistas exploratorias se hará para confirmar la secuencia y la profundidad de las interrogantes.

Coherencia interna: El coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach, se calcula para las escalas del cuestionario, el cual busca verificar el nivel de coherencia entre los puntos que miden el mismo aspecto. Un número mayor a 0.70 se tomará como aceptable para confirmar la estructura interna del instrumento (Sekaran, 2016).

Registro sistemático de la información: En la parte cualitativa, las charlas se grabarán con el consentimiento previo de los entrevistados, serán procesadas a texto sin omisiones y estudiadas con métodos de codificación ordenados lo cual hará posible revisar el proceso de análisis, repetirlo si hace falta y asegurar el seguimiento de las deducciones.

Triangulación metodológica: Como se explicó en el apartado anterior, la combinación de técnicas (encuestas, entrevistas, revisión documental y observación) contribuye a reducir el sesgo de los datos y aumenta la credibilidad de los resultados obtenidos.

En resumen, la propuesta metodológica pretende hacer más sólido el estudio, ayudar a decidir según lo que se ve y certificar que la idea de RSE para Asiauto S.A. se apoye en datos seguros, importantes y aplicables en su mundo laboral.

2.6. Consideraciones éticas

Los principios éticos esenciales que aseguran la protección de los derechos de los participantes, la defensa de la integridad del proceso investigativo y el manejo apropiado de la información recogida garantizan el desarrollo de este estudio. Consideraciones como el aseguramiento de la confidencialidad de los datos, la protección del uso que se brinda la información y la seguridad hacia las personas involucradas ya que tienen especial relevancia en investigaciones aplicadas al contexto organizacional.

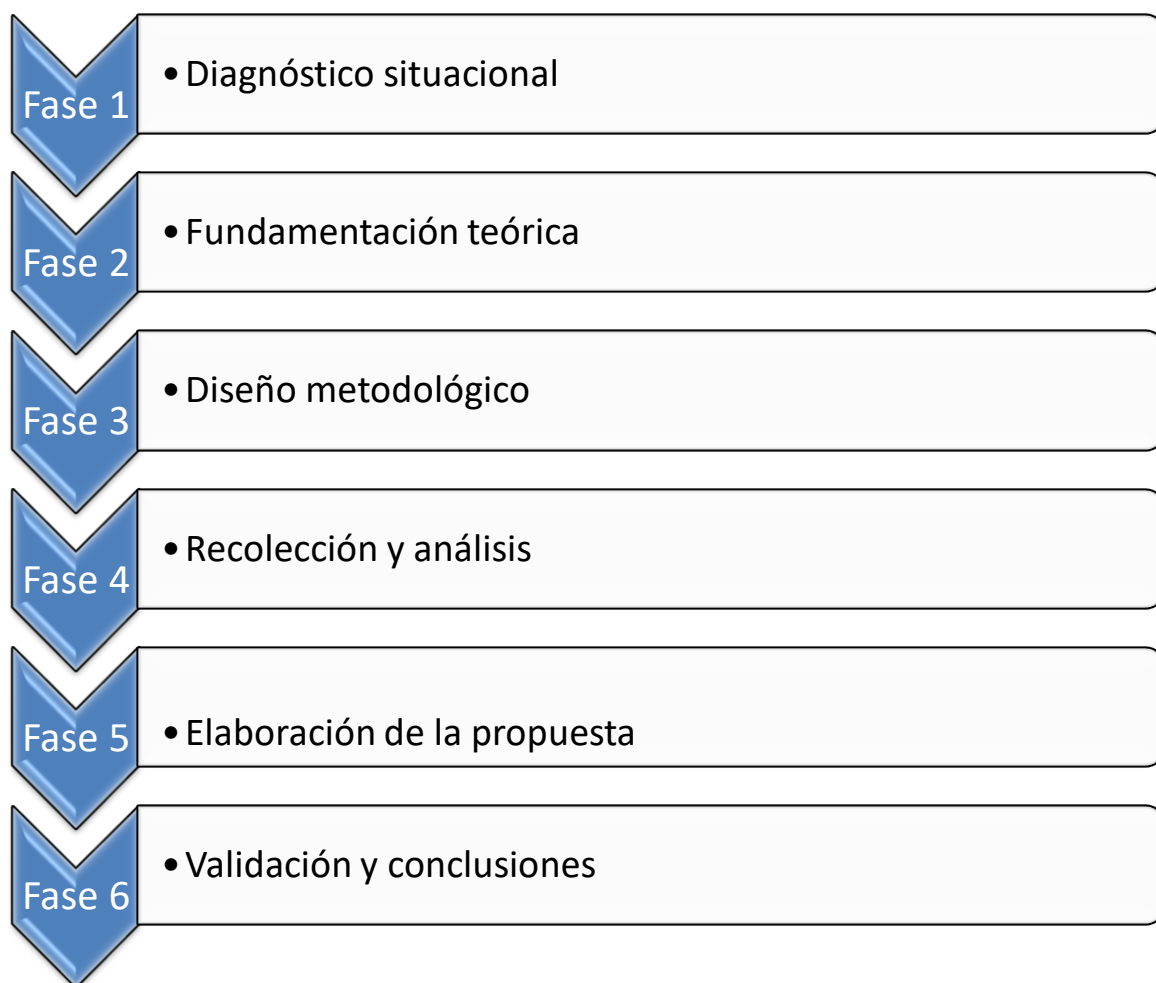
Primero, el principio del consentimiento informado será asegurado. El objetivo de esta parte, asegurar que todos los participantes reciban información adecuada sobre el propósito de la investigación, su participación, así como el manejo de los datos a recolectar. Se propondrá un consentimiento que se espera sea aceptado de manera clara, por los encuestados y entrevistados, antes de llevar a cabo los instrumentos. Además, para las entrevistas, se solicitará autorización para emplear grabaciones y transcripciones subsecuentes.

No existirá violación de la confidencialidad y el anonimato de los participantes en el estudio. No se divulgará ni compartirá información personal con nadie fuera del equipo de investigación. Los cuestionarios no solicitarán nombres ni tampoco información identificativa, y para las entrevistas, se codificará a los participantes con fines de identificación en los registros y el análisis. Con esto, se busca proteger la privacidad de los participantes y prevenir cualquier potencial afectación en su imagen personal o profesional.

En este marco, la transparencia y la honestidad científica también serán primordiales, y evitaremos cualquier manipulación de datos, o la omisión de resultados, e interpretaciones intencionadamente sesgadas, Las fuentes bibliográficas y documentales empleadas serán citadas conforme a la séptima edición de APA, dándole a los autores la debida mención.

Durante el trámite, se fomentará el respeto a la valía humana y la no discriminación; garantizando un trato justo y nada forzoso para todos los sujetos, sin importar su posición, sexo, edad o nivel educativo. En concreto, en las entrevistas cualitativas, mantendremos una estricta norma contra preguntas invasivas; y, además, no se realizarán preguntas que puedan presentarse como incómodas o comprometedoras. Los datos se compartirán dentro para temas de respuesta estratégica, cuidando que la información tomada se use de manera que impulse el desarrollo sostenible, el bienestar organizacional y una cultura corporativa responsable.

Figura 5. Diagrama metodológico del proceso investigativo.



Fuente: (Ríos, 2025)

La consistencia metodológica de este estudio reside, en que cada objetivo específico se alinea con las técnicas que ofrecen datos suplementarios: las aproximaciones cualitativas tales como entrevistas y el análisis de documentos, profundizan en la comprensión de las percepciones e las políticas institucionales.

Las preguntas cuantitativas, t como encuestas y el análisis estadístico, entregan evidencia numérica sobre el grado de conocimiento y el compromiso del personal.

Ambos enfoques confluyen, por así decirlo, en el método propositivo, lo cual posibilita la formulación de un Plan de RSE completo, factible y armonizado con las directrices internacionales, lo cual garantiza, por lo tanto, la validez y la relevancia del proceso investigativo.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1.Resultados

El estudio se desarrolló a través de una encuesta estructurada a 41 empleados de Asiauto S.A. lo cual dio como resultados los siguientes datos:

Tabla 6. Encuesta, pregunta 1

1. ¿Considera que Asiauto comunica de forma transparente sus objetivos y resultados financieros al personal?			
Económica	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	2	5%
	Casi nunca	10	24%
	A veces	12	29%
	Casi siempre	9	22%
	Siempre	8	20%
	Total	41	100%

Figura 6. Encuesta, pregunta 1

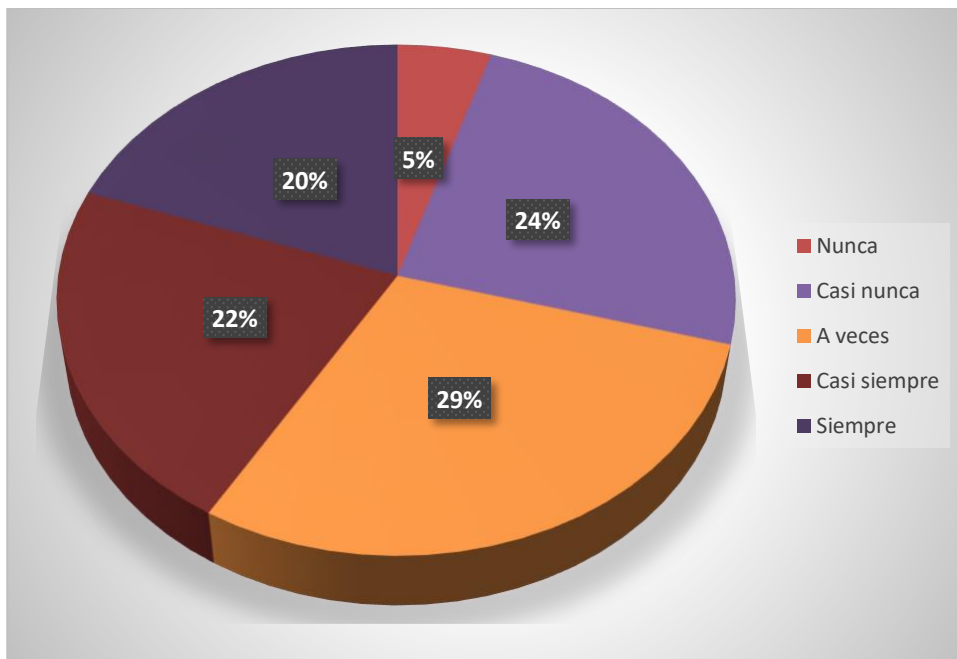


Tabla 7. Encuesta, pregunta 2

2. ¿La empresa promueve prácticas de eficiencia operativa sin comprometer la calidad del servicio?			
Económica	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	3	7%
	Casi nunca	6	15%
	A veces	10	24%
	Casi siempre	14	34%
	Siempre	8	20%
	Total	41	100%

Figura 7. Encuesta, pregunta 2

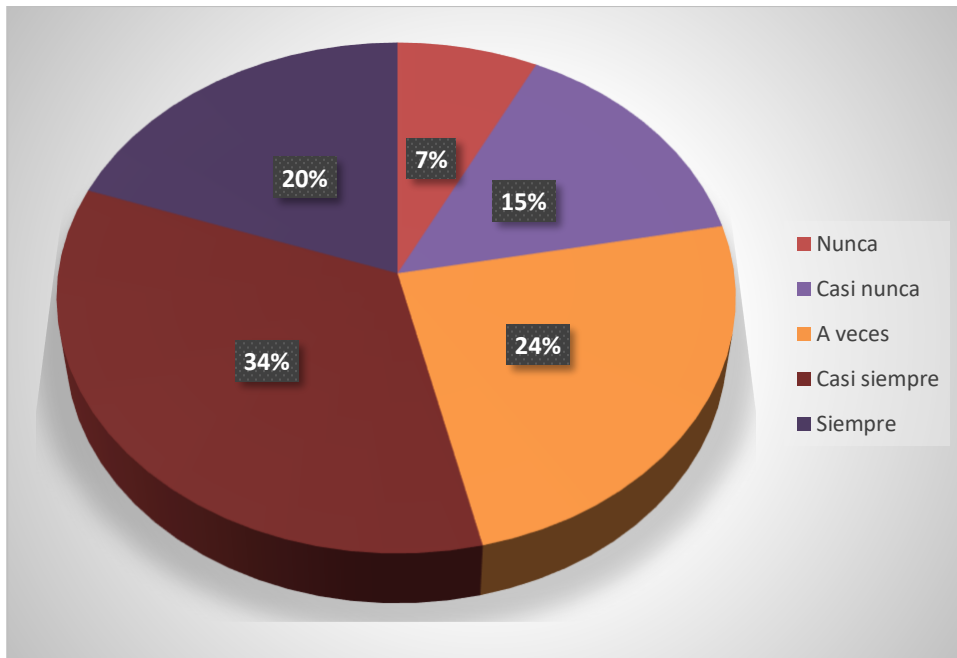
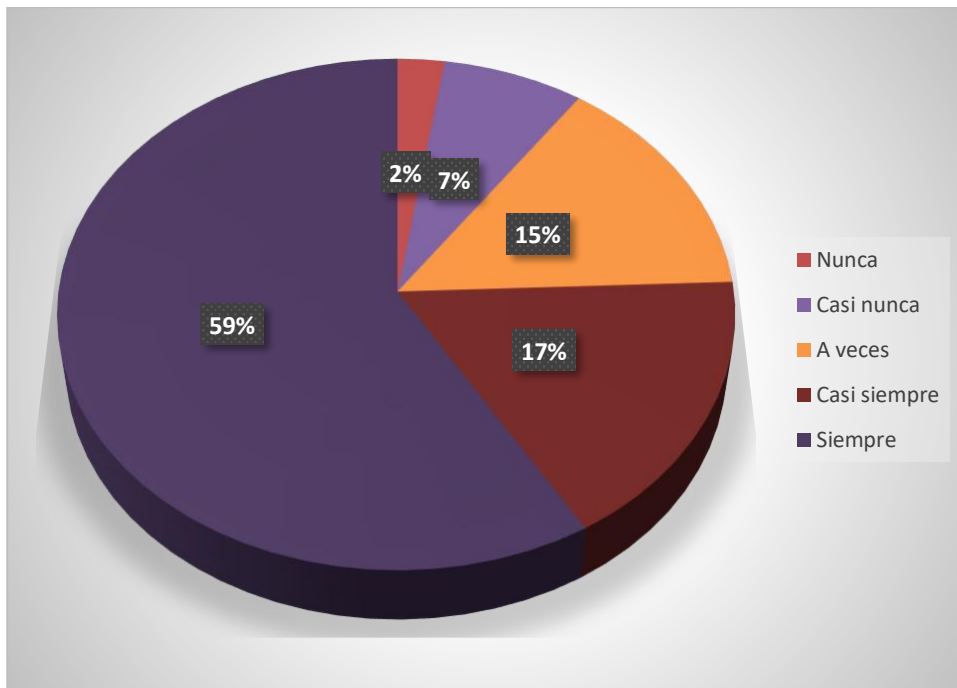


Tabla 8. Encuesta, pregunta 3

3. ¿Cree que un plan de RSE aportaría a mejorar la competitividad de Asiauto?			
Económica	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	1	2%
	Casi nunca	3	7%
	A veces	6	15%
	Casi siempre	7	17%
	Siempre	24	59%
	Total	41	100%

Figura 8. Encuesta, pregunta 3



Análisis e interpretación de resultados - Dimensión Económica - Preguntas 1, 2, 3.

La encuesta revela que la mayor parte del personal de Asiauto S A se enfoca mayormente en beneficios económicos, sin incluir aun la sostenibilidad en sus finanzas. Esto indica que la dimensión económica opera desde una lógica productiva clásica, careciendo de una planeación estratégica que considere el impacto triple económico, social y ambiental. A pesar de ello, la percepción positiva sobre la ética comercial sugiere un fundamento firme para evolucionar hacia un sistema de gestión responsable y transparente.

Tabla 9. Encuesta, pregunta 4

4. ¿Recibe capacitación periódica sobre valores éticos, responsabilidad social o sostenibilidad?			
Social	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	4	10%
	Casi nunca	8	20%
	A veces	8	20%
	Casi siempre	11	27%
	Siempre	10	24%
	Total	41	100%

Figura 9. Encuesta, pregunta 4

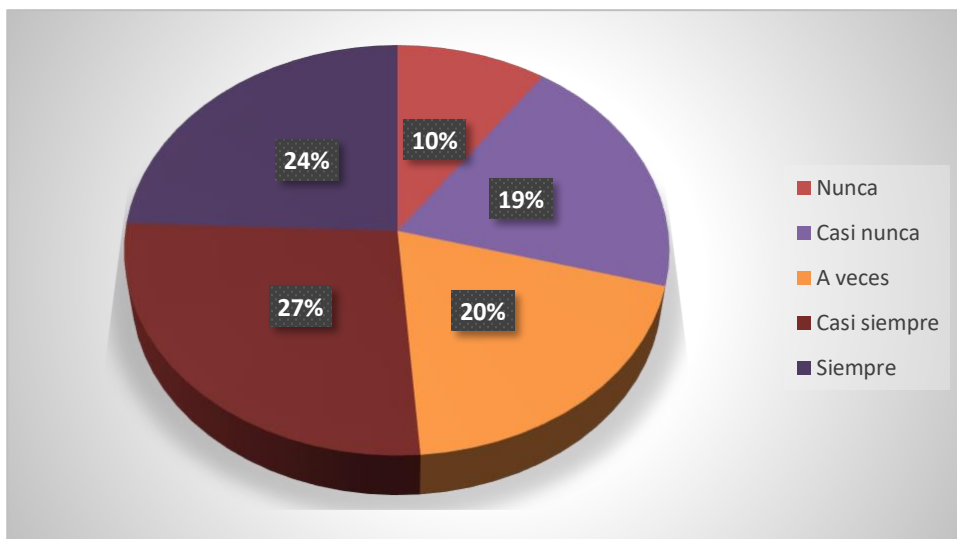


Tabla 10. Encuesta, pregunta 5

5. ¿Considera que existen oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional dentro de la empresa?			
Social	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	4	10%
	Casi nunca	6	15%
	A veces	8	20%
	Casi siempre	11	27%
	Siempre	12	29%
	Total	41	100%

Figura 10. Encuesta, pregunta 5

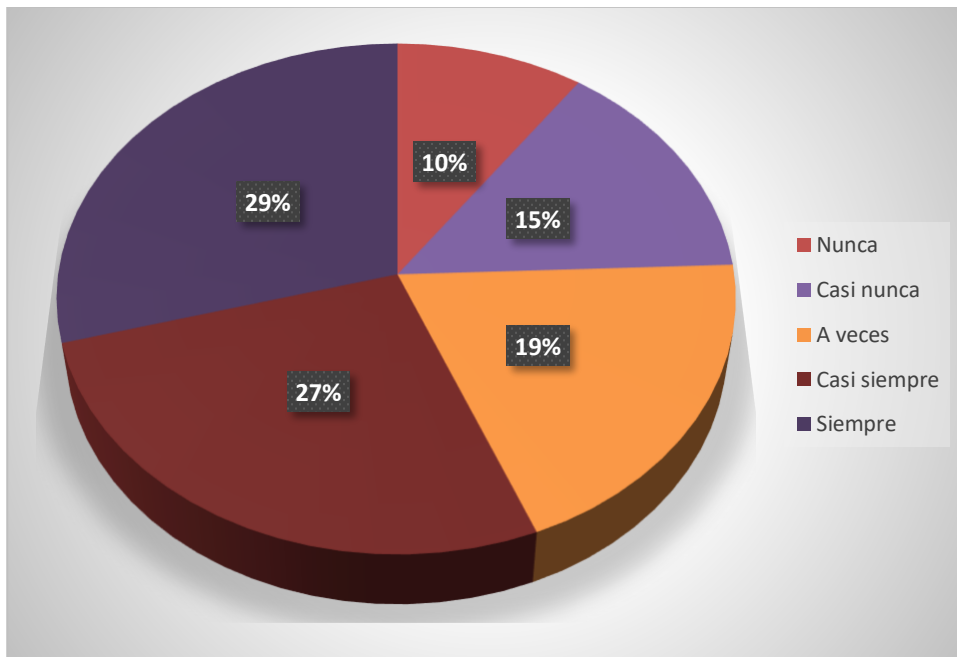


Tabla 11. Encuesta, pregunta 6

6. ¿La empresa fomenta la equidad, inclusión y respeto en el ambiente laboral?			
Social	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	1	2%
	Casi nunca	2	5%
	A veces	8	20%
	Casi siempre	13	32%
	Siempre	17	41%
	Total	41	100%

Figura 11. Encuesta, pregunta 6

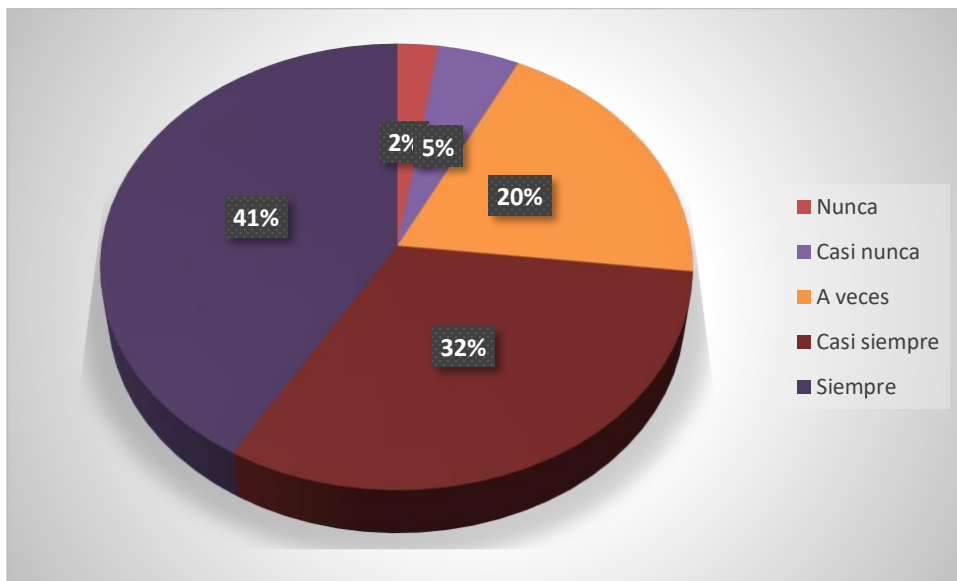


Tabla 12. Encuesta, pregunta 7

7. ¿Ha participado en actividades comunitarias o sociales promovidas por Asiauto?			
Social	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Si	19	46%
	No	22	54%
	Total	41	100%

Figura 12. Encuesta, pregunta 7

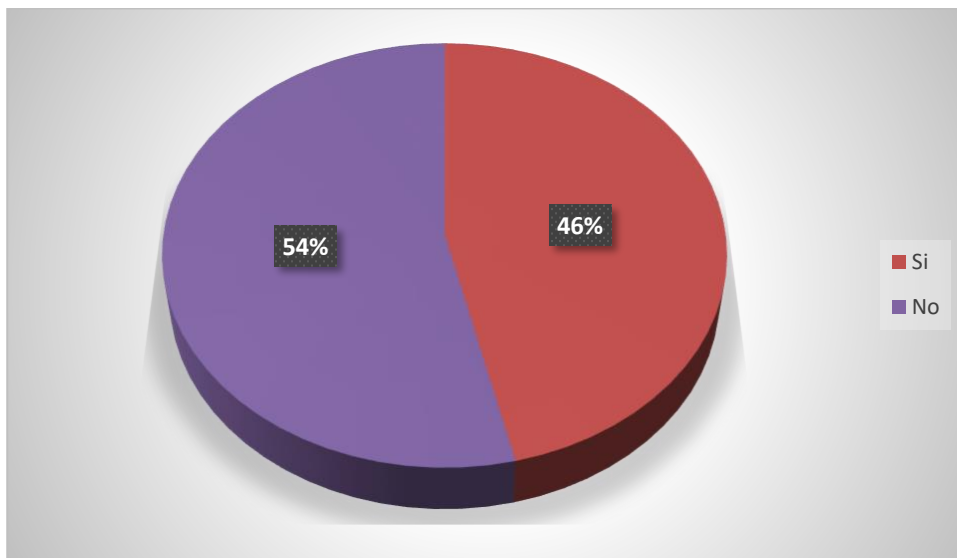
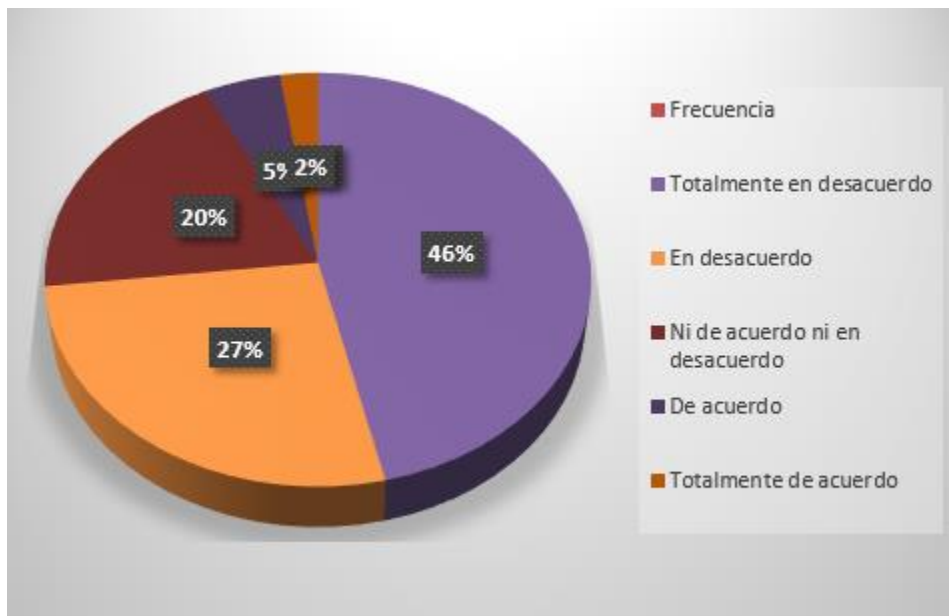


Tabla 13. Encuesta, pregunta 8

8. ¿Cree que la empresa debería fortalecer sus proyectos de vinculación con la comunidad?			
Categoría	Frecuencia	Porcentaje	
Social	Totalmente de acuerdo	19	46%
	De acuerdo	11	27%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20%
	En desacuerdo	2	5%
	Totalmente desacuerdo	1	2%
	Total	41	100%

Figura 13. Encuesta, pregunta 8



Análisis e interpretación de resultados - Dimensión Social - Preguntas 4, 5, 6, 7, 8.

El análisis de esta dimensión arroja una evaluación favorable del ambiente laboral y del trato justo, pese a que los hallazgos revelan algunas deficiencias en la capacitación constante y en la conexión comunitaria, aunque los empleados aprecian un ambiente de trabajo respetuoso, hay poca interacción entre los distintos rangos de autoridad, y poca implicación en iniciativas sociales. Esto indica que Asiauto S A dispone de un personal

dedicado, no obstante, es necesario que impulse la dimensión social mediante programas coherentes de desarrollo y participación, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS 8 y 10.

Tabla 14. Encuesta, pregunta 9

9. ¿Conoce políticas internas de Asiauto relacionadas con el cuidado ambiental (reciclaje, ahorro energético, etc.)?			
Ambiental	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Si	18	44%
	No	23	56%
	Total	41	100%

Figura 14. Encuesta, pregunta 9

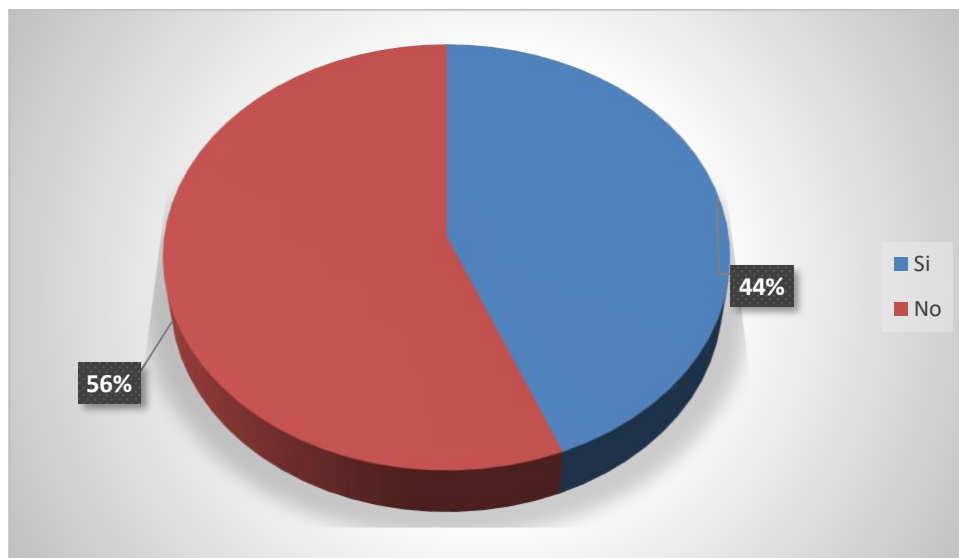


Tabla 15. Encuesta, pregunta 10

10. ¿Considera que la empresa maneja adecuadamente los residuos derivados de sus operaciones?			
Ambiental	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	7	17%
	En desacuerdo	5	12%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20%
	De acuerdo	10	24%
	Totalmente de acuerdo	11	27%
	Total	41	100%

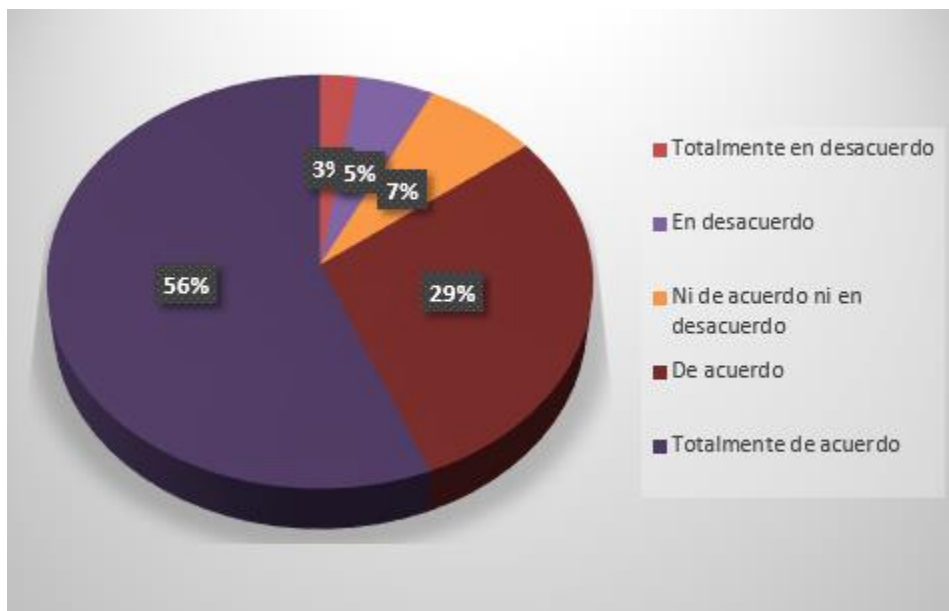
Figura 15. Encuesta, pregunta 10



Tabla 16. Encuesta, pregunta 11

11. ¿Cree que Asiauto debería implementar proyectos ambientales más visibles y permanentes?			
Ambiental	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	2	5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	7%
	De acuerdo	12	29%
	Totalmente de acuerdo	23	56%
	Total	41	100%

Figura 16. Encuesta, pregunta 11



Análisis e interpretación de resultados - Dimensión Ambiental - Preguntas 9, 10, 11.

Los hallazgos de esta área reflejan un cuadro preocupante sobre manejo ambiental, ya que varios empleados identifican acciones puntuales como el reciclaje, o incluso el uso sensato de los recursos, pero muchos sienten que no hay una política ambiental oficial, o métricas para medir el impacto. Esta situación acentúa la urgencia de introducir un

componente ambiental firme en el plan de RSE, formulando objetivos cuantificables, para gestionar desperdicios, mejorar la eficiencia energética, y fomentar una movilidad verdaderamente sostenible, alineada con los ODS 12 y 13.

Tabla 17. Encuesta, pregunta 12

12. Percibe que la empresa actúa con transparencia en la relación con empleados y clientes?			
Ética y transparencia	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	2	5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	12%
	De acuerdo	8	20%
	Totalmente de acuerdo	25	61%
	Total	41	100%

Figura 17. Encuesta, pregunta 12

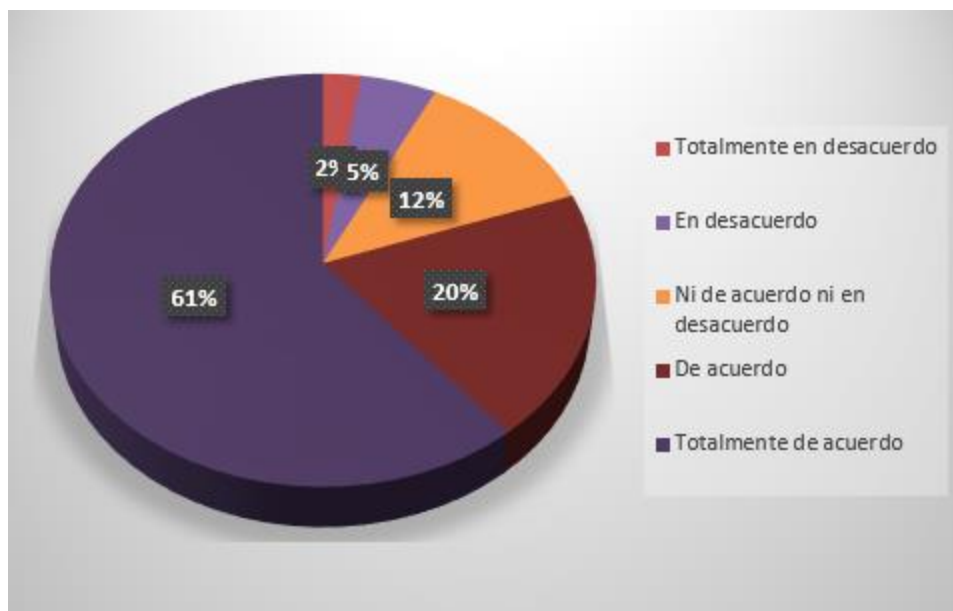
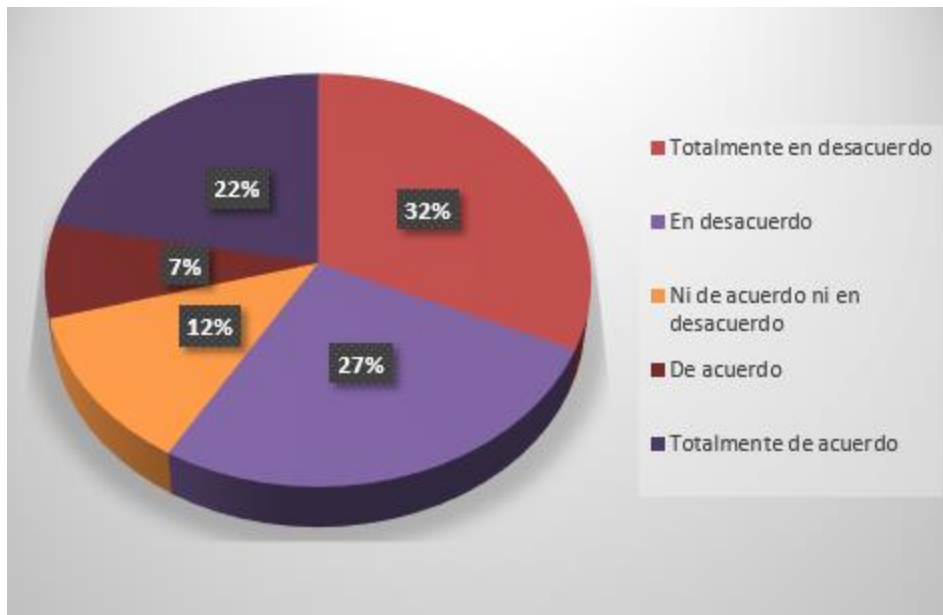


Tabla 18. Encuesta, pregunta 13

13 ¿Se siente libre de expresar sugerencias o críticas sobre la gestión de la empresa sin temor a represalias?			
Ética y transparencia	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	13	32%
	En desacuerdo	11	27%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	12%
	De acuerdo	3	7%
	Totalmente de acuerdo	9	22%
	Total	41	100%

Figura 18. Encuesta, pregunta 13



Análisis e interpretación de resultados – Ética y Transparencia - Preguntas 12, 13.
 Los resultados hallados, en esta dimensión, demuestran que la mayoría de los entrevistados aprecian un compromiso ético inicial de Asiauto S A. esto es principalmente en lo concerniente a un trato justo, la honradez en las ventas, y el cumplimiento de leyes.

Por otro lado, la transparencia en la comunicación corporativa es vista como un tanto moderada, dado que varios trabajadores afirmaron no saber cómo se escogen las resoluciones internas o cómo se elaboran las políticas de la empresa.

Tabla 19. Encuesta, pregunta 14

14. ¿Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?			
Global (visión de RSE)	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Si	14	34%
	No	27	66%
	Total	41	100%

Figura 19. Encuesta, pregunta 14

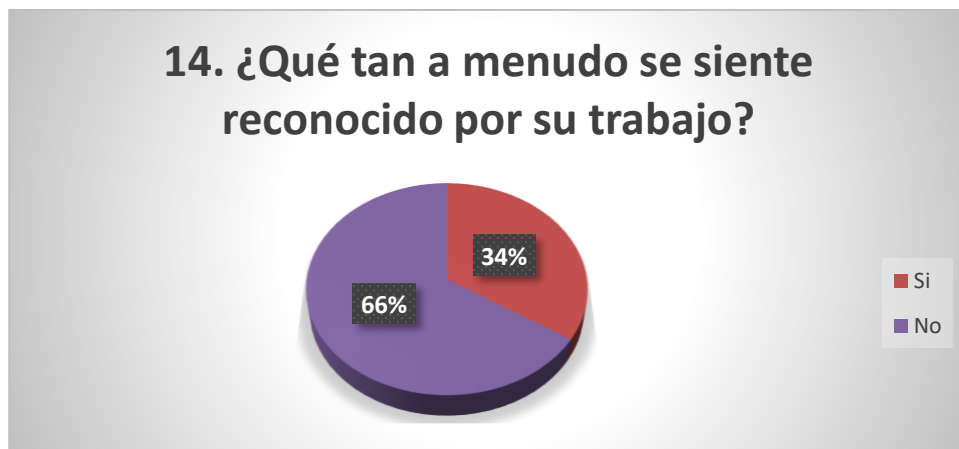
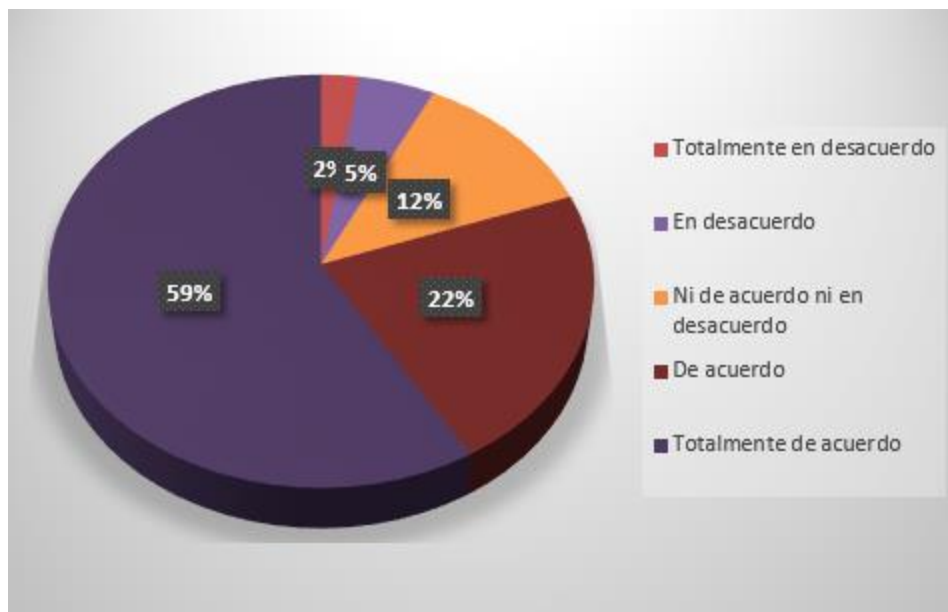


Tabla 20. Encuesta, pregunta 15

15. ¿Considera importante que Asiauto cuente con un plan estructurado de RSE alineado a estándares internacionales?			
Global (visión de RSE)	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	2	5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	12%
	De acuerdo	9	22%
	Totalmente de acuerdo	24	59%
	Total	41	100%

Figura 20. Encuesta, pregunta 15



Análisis e interpretación de resultados - Dimensión Global (visión de RSE) - Preguntas 14, 15.

El análisis revela también que la mayoría de los que respondieron desconocen una política formal de RSE o sostenibilidad; esto dificulta apropiarse del concepto en la cultura de la

empresa. Además, la falta de indicadores que se puedan medir, y de metas sostenibles claras en la planificación anual, subraya la urgencia de adoptar un modelo de RSE estratégico, que coincida con estándares internacionales como la ISO 26000 y los ODS.

Tabla 21. Resumen general de resultados por dimensión

Dimensión	Fortalezas identificadas	Debilidades detectadas	Oportunidades de mejora
Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa orientada a la rentabilidad y estabilidad financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de integración de criterios de sostenibilidad económica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar métricas de sostenibilidad financiera.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Clima laboral favorable y relaciones interpersonales adecuadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa capacitación y desarrollo profesional continuo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar programas permanentes de formación. • Establecer alianzas estratégicas con la comunidad y organizaciones sociales.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Cierta conciencia sobre el uso racional de recursos. • Disposición del personal para adoptar prácticas sostenibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de políticas ambientales formales. • Falta de gestión estructurada de residuos y control de emisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan ambiental institucional con metas medibles. • Promover cultura ecológica y responsabilidad compartida.
Ética y transparencia	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento ético reconocido entre los colaboradores. • Cumplimiento normativo en los procesos administrativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de un código de ética formal y política de comunicación transparente. • Desconocimiento de los mecanismos de rendición de cuentas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Institucionalizar un código de ética. • Fortalecer los canales de comunicación interna y la transparencia informativa.

Global (Visión de RSE)	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas sociales y ambientales espontáneas. • Disposición positiva hacia la implementación de un plan formal de RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de una estrategia global y estructurada de responsabilidad social. • Desconocimiento de la ISO 26000 y los ODS entre el personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formular e implementar un Plan de RSE alineado a estándares internacionales. • Capacitar al personal sobre sostenibilidad y gestión responsable.
------------------------	---	--	---

Fuente: (Ríos, 2025)

El análisis exhaustivo de las áreas evaluadas revela, que Asiauto S.A. tiene una base organizativa fuerte, pues exhibe estabilidad económica, cumplimiento legal, y conducta ética, sin embargo, los hallazgos exponen huecos en la gestión social, ambiental y comunicacional, además de carecer de una visión global estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial.

Tales falencias demandan un Plan de RSE comprensivo, integrando lo económico, social, ambiental, y ético con enfoque sostenible, participativo y congruente con normas internacionales, ejemplo la ISO 26000 y los ODS. El próximo capítulo describe el método y la estructura del Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Asiauto S.A., concebido como un instrumento práctico, ideado para robustecer la cultura corporativa, mejorar su imagen y solidificar su compromiso con el desarrollo sostenible del contexto.

Los resultados obtenidos revelan brechas estructurales y operativas que justifican formular el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Asiauto S.A. en particular, el diagnóstico mostró áreas críticas, ellas, demandan una intervención estratégica y se organizan con las líneas de acción del Capítulo III. Sobre las debilidades en la comunicación interna, además en la difusión de prácticas responsables, se conectan con Comunicación y Relacionamiento, para mejorar flujos informativos, y la transparencia corporativa. Igualmente, la sostenibilidad poco integrada en la cultura organizacional, más la ausencia de programas formales, se relacionan con Cultura Ética y Formación,

esto es, para reforzar valores, competencias y comportamiento responsable adentro de la empresa.

Los hallazgos de gestión ambiental, notablemente en manejo de residuos, la eficiencia energética y cumplimiento normativo, justifican la ejecución de la línea de Acción Ambiental, eso, enfocado en optimizar procesos, también, reducir impactos.

Igualmente, una percepción de vínculo comunitario frágil sostiene la idea de Vinculación y Desarrollo Social, esta línea buscando lanzar proyectos con mucho impacto en la comunidad.

Para concluir, las notas acerca de la carencia de mecanismos éticos, junto a la ausencia de indicadores y mala gobernanza, encajan perfectamente con la Gestión Ética y Gobernanza, su objetivo es innovar normas, crear sistemas de control y usar herramientas de seguimiento.

De esa forma, los hallazgos revelan el estado actual de Asiauto S A, pero también ponen los cimientos lógicos y técnicos para el Plan de RSE, garantizando armonía entre el análisis, los problemas hallados y las acciones estratégicas delineadas.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Diagnóstico inicial de Asiauto para la propuesta

El estudio exhaustivo llevado a cabo en Asiauto S A, con encuestas a 41 empleados, conversaciones con directivos, y análisis documental, desvela una estructura con ventajas financieras y operacionales, aunque hay grandes áreas de mejora en Responsabilidad Social Empresarial, la compañía expone un manejo financiero firme y una conducta ética reconocida adentro, a pesar de eso, aparecen fallos clave en aspectos sociales, ambientales y de transparencia.

Específicamente, se encontró una ausencia de integración estratégica de la RSE en la mentalidad corporativa, una separación entre la estrategia mundial de Kia y la administración local, carencia de políticas ambientales oficiales, muy poca capacitación en sostenibilidad, escasa colaboración comunitaria y fallos en la comunicación interna, estas falencias perjudican la competitividad de la empresa en un mercado cada vez más demandante con las acciones sostenibles y responsables.

3.2. Objetivos la propuesta

3.2.1. Objetivo General

Poner en marcha un Plan de Responsabilidad Social Empresarial, íntegro, acorde a los estándares mundiales; así se hará más fuerte el deber social, medioambiental y moral de Asiauto, mientras mejora su nivel competitivo, reputación y opción de generar valor común.

3.2.2. Objetivos Específicos

- I. Implementar un esquema formal de manejo ambiental, con medidas concretas para disminuir el efecto ambiental de lo que se aplica.

- II. Generar planes constantes de formación y apoyo al empleado que fomenten el avance laboral y la igualdad interna.
- III. Hacer más fuerte el vínculo con la gente por medio de planes duraderos y uniones que ayuden a todos.
- IV. Fijar formas claras de actuar y ser honestos en la empresa, incluyendo maneras buenas de hablar y un deber definido.
- V. Unir las ideas de la ISO 26000 y los ODS 8, 12, y 13 a la forma en que Asiauto S.A. piensa su negocio.

3.3.Líneas de acción para la propuesta

Dimensión Ambiental: Se va a implantar un Sistema de Gestión Ambiental. Este incluirá programas para reciclar autopartes, la reducción del consumo de energía con tecnologías buenas, y un manejo adecuado de residuos peligrosos. También, se impulsará la movilidad sostenible vendiendo coches eléctricos e híbridos y poniendo electrolinerías solares, en línea con el ODS 13 (Acción por el Clima) y los principios ambientales de la ISO 26000.

Aquí está el resultado:

Dimensión Social: Se impulsará un programa integral de bienestar laboral, que también, contemplará capacitación en RSE y sostenibilidad, así como oportunidades para un mejor desarrollo profesional. A la vez, se ideará un programa de vinculación con la comunidad, con actividades de voluntariado corporativo, forjando alianzas con escuelas para formación técnica, además proyectos de seguridad vial, todo esto para ayudar al ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y otras dimensiones sociales de la ISO 26000.

Dimensión Ética y de Gobernanza: Se formará un comité de RSE multidisciplinario, con el encargo de ejecutar y supervisar el plan. Se redactará un Código de Ética empresarial

y también canales claros de comunicación para empleados y clientes, un sistema para sugerencias e informe anual de sostenibilidad, siguiendo las bases de gobernanza de la ISO 26000 y del ODS 12 (Producción y Consumo Responsables), con un ojo en la transparencia y en prácticas empresariales éticas.

3.4. Matriz de trazabilidad de la propuesta

La tabla siguiente revela la conexión entre los descubrimientos encontrados, y los objetivos específicos, vinculados, junto con las líneas de acción sugeridas, y los indicadores asociados, asegurando la coherencia metodológica, y la relevancia del plan de RSE.

Tabla 22. Matriz de trazabilidad

Hallazgo	Objetivo específico asociado	Línea de acción	Indicador propuesto	ODS / ISO 26000
Baja difusión interna sobre prácticas de RSE; desconocimiento general del personal	OE2: Recolectar y analizar información para identificar brechas y oportunidades en RSE	Comunicación y Relaciónamiento	% de colaboradores capacitados en RSE	ODS 4 / ISO 26000: Prácticas laborales
Cultura organizacional débil en torno a ética y sostenibilidad;	OE3: Interpretar resultados para establecer	Cultura Ética y Formación	Nº de programas de ética implementados al año	ODS 8 / ISO 26000: Gobernanza, Prácticas

ausencia de programas formativos	necesidades prioritarias			justas de operación
Deficiencias en manejo de residuos, control de emisiones y cumplimiento ambiental	OE1: Diagnóstico integral de la situación de Asiauto en dimensiones social, ambiental y ética	Acción Ambiental	Índice de cumplimiento ambiental anual	ODS 12 / ISO 26000: Medio ambiente
Relación limitada con la comunidad; escasa ejecución de proyectos sociales	OE3: Identificar necesidades prioritarias según el diagnóstico	Vinculación y Desarrollo Social	Nº de proyectos comunitarios ejecutados	ODS 11 / ISO 26000: Participación activa y desarrollo de la comunidad
Ausencia de indicadores, mecanismos éticos y gobernanza sostenible	OE4: Diseñar el Plan de RSE estructurado con indicadores y responsables	Ética y Gobernanza	% de políticas éticas implementadas	ODS 16 / ISO 26000: Gobernanza organizacional

Fuente: (Ríos, 2025)

3.5. Indicadores de seguimiento

Los indicadores de seguimiento de la presente propuesta se clasifican en tres segmentos como el social, ambiental y ética y gobernanza los cuales están representados a continuación:

3.5.1. Indicadores de la Dimensión Social

Gráfico 1. Indicadores de la Dimensión Social

Indicador 1: Porcentaje de colaboradores capacitados en RSE	
Descripción:	Mide el nivel de participación del talento humano en los programas formativos sobre responsabilidad social y sostenibilidad.
Fórmula:	$(\text{N}^\circ \text{ de colaboradores capacitados} / \text{N}^\circ \text{ total de colaboradores}) \times 100$
Unidad:	Porcentaje (%)
Meta:	70 % el primer año
Frecuencia:	Anual
Responsable:	Talento Humano / Comité de RSE
Fuente:	Registros de capacitaciones
Indicador 2: Índice de clima laboral	
Descripción:	Evalúa la percepción del personal respecto al ambiente laboral, liderazgo y condiciones internas.
Fórmula:	Promedio ponderado de resultados de encuesta anual (escala 1–5)
Unidad:	Índice
Meta:	≥ 4.0
Frecuencia:	Anual
Responsable:	Talento Humano
Fuente:	Encuesta de clima

Fuente: (Ríos, 2025)

3.5.2. Indicadores Ambientales

Tabla 23. Indicadores de la Dimensión Ambiental

Indicador 3: Cumplimiento del plan de manejo de residuos	
Descripción:	Mide el nivel de adopción y seguimiento del sistema de segregación y disposición final.
Fórmula:	$\text{N}^{\circ} \text{ de prácticas implementadas} / \text{N}^{\circ} \text{ total previstas} \times 100$
Unidad:	Porcentaje (%)
Meta:	90 % anual
Frecuencia:	Trimestral
Responsable:	Jefatura Ambiental y Seguridad
Fuente:	Informes internos de residuos
Indicador 4: Consumo energético por vehículo atendido	
Descripción:	Determina la eficiencia energética de las operaciones por unidad de servicio.
Fórmula:	$\text{Consumo total de kWh} / \text{N}^{\circ} \text{ de vehículos atendidos}$
Unidad:	kWh por vehículo
Meta:	Reducción del 10 % el primer año
Frecuencia:	Mensual
Responsable:	Área Técnica / Mantenimiento
Fuente:	Facturación eléctrica y registros operativos

Fuente: (Ríos, 2025)

3.5.3. Indicadores de Ética y Gobernanza

Tabla 24. Indicadores de la Dimensión Ética y Gobernanza

Indicador 5: Cumplimiento del Código de Ética	
Descripción:	Evalúa el grado de implementación, socialización y seguimiento del Código de Ética institucional.
Fórmula:	$\text{Nº de procesos implementados del Código} / \text{Nº total de procesos previstos} \times 100$
Unidad:	Porcentaje (%)
Meta:	100 % el primer año
Frecuencia:	Anual
Responsable:	Comité de Ética
Fuente:	Informes de cumplimiento
Indicador 6: Casos atendidos en el canal de denuncias	
Descripción:	Mide la efectividad del sistema de denuncias éticas en términos de recepción y resolución.
Fórmula:	$\text{Nº de casos resueltos} / \text{Nº de casos recibidos} \times 100$
Unidad:	Porcentaje (%)
Meta:	≥ 95 % de casos atendidos
Frecuencia:	Semestral
Responsable:	Comité de Ética y Cumplimiento
Fuente:	Registros del canal ético

Fuente: (Ríos, 2025)

3.6.Responsables para la propuesta

El plan de RSE será implementado bajo la guía de un Comité RSE, lo forman directivos de la alta jerarquía, junto a expertos en recursos humanos, gestión ambiental, marketing, y operaciones. Este comité, rendirá cuentas directamente a la Gerencia General, además contarán con la asistencia de consultores externos, en sostenibilidad, especialmente al principio.

3.7.Justificación de la viabilidad del Plan de RSE para Asiauto S.A.

La factibilidad del Plan de Responsabilidad Social Empresarial propuesto para Asiauto S. A. se basa en las condiciones organizacionales, técnicas, económicas, y normativas que muestra la empresa, de manera que permite una puesta en marcha gradual con un nivel de factibilidad bastante bueno.

3.7.1. Viabilidad organizacional

Desde una perspectiva organizacional, Asiauto posee una estructura interna bien establecida, departamentos funcionales y personal con mucha experiencia en la gestión operativa, comercial, y administrativa, lo que facilita bastante las cosas, todo ello hace posible la creación de un Comité de RSE, así como la asignación de gente responsable por cada acción, y por supuesto la incorporación de prácticas sostenibles dentro de los procesos que ya existen, así el diagnóstico que se hizo demostró una disposición favorable por parte de la alta gerencia y de sus empleados hacia la adopción de iniciativas de sostenibilidad, lo cual minimiza las trabas al cambio, fortaleciendo la acogida del plan en general.

3.7.2. Viabilidad Técnica

En lo que respecta a la viabilidad técnica, las acciones que se propusieron se ajustan a procedimientos y herramientas que la organización ya conoce, y emplea hoy en día. La puesta en marcha de programas de formación, con campañas internas para crear conciencia, junto con mejoras en la administración de residuos, optimización de procesos

y también actividades para la comunidad, se entrelaza con las habilidades previas de Asiauto.

Inversiones no se consideran para tecnologías complicadas ni sistemas especiales; la idea es afinar prácticas actuales e incorporar sistemas de gestión según estándares reconocidos, y eso sube la probabilidad de triunfar.

3.7.3. Viabilidad Económica

Desde una visión económica, el plan plantea una ejecución paulatina, que parte con ideas de bajo costo que incluyen gestión interna, comunicación, fortalecer la ética y la formación del personal, para después pasar a proyectos más ambiciosos en temas de medio ambiente y sociedad.

Casi todas las acciones indicadas no requieren grandes gastos, solo cambios en labores, oficializar políticas y usar instrumentos de gestión ya existentes, lo que hace que el plan sea posible a nivel económico y adecuado al modo de operar de la empresa.

Además, se anticipa que, al aplicar este modelo, traerá consigo ventajas significativas, desde mejorar la imagen de la empresa, hasta hacer que los clientes sean más leales, que las operaciones funcionen mejor y fortalecer su posición en el mercado automotor.

3.7.4. Viabilidad Normativa/Estratégica

Finalmente, tanto desde la perspectiva normativa como de la estratégica, el plan concuerda con las tendencias globales del sector automotriz, alineada con los acuerdos internacionales sobre sostenibilidad y los valores corporativos de Kia, en cuanto a la transición hacia métodos más ecológicos y modelos de gestión responsables.

Su estructura respeta las normas de la ISO 26000, y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, junto con las leyes ambientales nacionales; esto garantiza que se cumplan las reglas y que la propuesta logre validez como institución.

Esta alineación estratégica confirma que aplicar el plan ayudara a modernizar y mejorar a la empresa constantemente, sobre todo en un contexto donde ser sostenible es primordial para competir en el sector.

3.8. Validación del Plan de RSE propuesto

La validación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial, planeado para Asiauto S. A., se afirma en su estructura metódica, importancia estratégica y su concordancia con los resultados del análisis y los modelos conceptuales que guían la sostenibilidad corporativa. Para empezar, el plan se adapta directamente a las deficiencias detectadas en lo social, ambiental y ético, asegurando su utilidad y aplicación en el entorno real de la empresa, cada línea de acción sugerida se basa en hallazgos precisos como, la poca difusión interna sobre las acciones de sostenibilidad, posibilidades de mejoras en la gestión ambiental y la necesidad de impulsar la gobernanza y la ética en la empresa. Esta relación directa entre análisis y propuestas asegura la consistencia y mejora la capacidad operativa del modelo.

Además, la creación del plan se apoya en las bases teóricas estudiadas, sobre todo en los principios de la Pirámide de Carroll, el enfoque del Triple Balance y la Creación de Valor Compartido.

Estos modelos, sí, guían la integración, de manera equilibrada, entre metas económicas, sociales, y ambientales, lo cual posibilita que las acciones determinadas se adecuen a una visión más actual, una visión innovadora de responsabilidad social en las empresas.

La propuesta, además, incluye puntos conceptuales de la cultura en organizaciones, de gobernanza ética y de gestión sostenible, fortaleciendo de esta forma su sustento académico.

Tercero, la propuesta toma como referencia lo dictaminado por la ISO 26000, unificando prácticas relativas a la gobernanza organizacional, los derechos laborales, el ambiente, operaciones justas y la participación comunitaria, constituyen algo muy importante, de la misma manera, las líneas de acción y los indicadores se han ideado, en consistencia con

los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sobre todo los ODS 8, 12, y 13, que importan para la industria automotriz y en su camino hacia modelos operacionales sostenibles. La conexión con estándares internacionales eleva el valor técnico del plan, y asegura su compatibilidad, con las mejores prácticas globales del sector.

Además, el plan se ajusta al contexto actual del sector automotor, que enfrenta mayores demandas de cuidado ambiental, reducción de gases, claridad en la gestión y un deber de asegurar la moral empresarial.

La propuesta, se ajusta a los principios estratégicos de Kia, entrelazados con el Plan S y los compromisos de carbono neutral, asegura pues que la puesta en marcha de la RSE en Asiauto esté en sintonía con la visión corporativa y las esperas del mercado.

Para finalizar, la confirmación del plan se consolida mediante su estructura interna, donde organiza de manera lógica la conexión entre objetivos, líneas de actuación, indicadores, calendario, responsables y mecanismos de seguimiento, esta arquitectura metodológica, asegura que la propuesta sea fuerte en lo conceptual, sino también práctica, cuantificable y modificable.

En esencia, estas ideas confirman que el Plan de RSE para Asiauto S. A. es correcto, lógico y, sobre todo, útil como recurso tanto formativo como de gestión, delineando un camino claro hacia un esquema de negocio más duradero y exitoso.

3.9. Validación del Producto Final

La aceptación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial, creado para Asiauto S. A. se basa en la unión con los datos del análisis inicial, su alineación con reglas mundiales, el sentido del modelo sugerido y su ajuste a las necesidades clave de la empresa.

Primeramente, el plan se acomoda con precisión a las deficiencias identificadas en lo social, ambiental, ético y de gobernanza, garantizando así que cada iniciativa se vincula con un descubrimiento puntual del estudio realizado; esta conexión crucial impide que la

propuesta se transforme en una colección desorganizada de ideas, si no, que funcione como una intervención estratégica, destinada a resolver desafíos reales y urgentes que aquejan a la empresa.

También, el plan se apoya en criterios y esquemas de referencia famosos en el mundo, como la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sobre todo en los que tienen que ver con el empleo decente, la fabricación responsable y la lucha contra el cambio climático.

La integración de esas pautas posibilita, que la propuesta se alinee con las mejores prácticas globales en gestión sostenible, eso robustece su validez técnica y su potencial para aplicarse en un mundo empresarial, que se mueve hacia modelos de responsabilidad social más exigentes.

Además, la idea presenta una unión interna, gracias a un modo de trabajo que une metas, labores, datos, un calendario y encargados, esa manera de organizar garantiza que el plan sea, eh, funcional, valorable y que se pueda llevar un control constante.

La inclusión de indicadores con fórmulas claras, metas comprobables y los responsables de la institución permiten garantizar su puesta en marcha y facilita su evaluación a través del tiempo.

Y, para terminar, el plan es relevante para Asiauto S.A., porque se adapta a su realidad organizacional, a sus capacidades actuales y a las tendencias actuales del sector automotriz, el modelo responde a la necesidad de reforzar la gobernanza ética, optimizar la gestión ambiental, mejorar la comunicación interna y fortalecer la conexión con la comunidad, factores críticos para la competitividad y la sostenibilidad del negocio.

Su alineación con la estrategia Kia, así como las demandas del mercado automotriz, hace que sea súper útil como herramienta de gestión ya que, en definitiva, el producto final

resulta ser un instrumento robusto, que funciona y que es capaz de crear valor social, ambiental, y organizacional para la compañía.

3.10. Cronograma para la propuesta

Tabla 25. Cronograma de actividades

Fase	Actividad Principal	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
		1-3	4-6	7-9	10-12	13-18	19-24
1	Diagnóstico y planificación	X					
2	Creación del Comité de RSE	X	X				
3	Diseño de políticas y código de ética		X	X			
4	Implementación sistema gestión ambiental			X	X	X	
5	Programas de capacitación en RSE			X	X	X	
6	Proyectos de vinculación comunitaria				X	X	X
7	Desarrollo de canales de comunicación		X	X			
8	Elaboración primer reporte de sostenibilidad					X	
9	Evaluación y ajuste del plan						X

Fuente: (Ríos, 2025)

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y ECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

El diagnóstico efectuado reveló que Asiauto S. A. exhibe fallas notables en la integración de la sostenibilidad, tanto dentro de sus operaciones, como fuera. Lo social, lo ambiental, la ética y lo económico se gestionan de modo separado, sin políticas oficiales ni maneras claras de medir su impacto. Esto refuerza la necesidad de un modelo de RSE bien hecho, que una las acciones ya existentes y que mejore la conexión con los diversos grupos involucrados.

Por otro lado, se concluye que el análisis de cuestionarios, entrevistas y documentos permitió captar diferentes visiones sobre la responsabilidad social, en particular, se notó la falta de comunicación interna y la ausencia de una dirección clara en la empresa. Los empleados mostraron poco saber acerca de la RSE, en cambio, la información de la empresa evidencia áreas para progresar en sostenibilidad ambiental, ética corporativa, y la relación con la comunidad.

Así al interpretar los resultados, cotejándolos con la ISO 26000 y los ODS, reveló áreas críticas q necesitan acción estratégica, como el fortalecer la ética, crear programas socio ambientales, afianzar la gobernanza y definir indicadores, estas diferencias son la base para el Plan de RSE.

El Plan, echo para las necesidades descubiertas, establece acciones en comunicación, cultura, ética y gobernanza, ambiente y comunidad. Cada línea se vale de indicadores, responsables y mecanismos de seguimiento para ejecución y evaluación continua. La propuesta, demostrando coherencia técnica y cumpliendo con estándares internacionales, es adecuada para el sector automotriz. Facilita, además, medir el impacto y beneficiara a Asiauto S. A. Una hoja de ruta, sostenible, aplicable, adaptable que reforzará su competitividad y su reputación.

4.2.Recomendaciones

Primero que todo, habría que adoptar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, haciéndolo poco a poco, poniendo primero las acciones que más importan para la empresa y cómo se ve ante todos, también, fijar un calendario por trimestres y revisar siempre si todo se está haciendo bien.

Luego, se sugiere crear un sistema para que la gente se entere bien de que va la RSE, usando boletines, cursos, y pláticas, ya que es bueno medir si la gente entiende, para asegurarse de que todos entiendan respecto a RSE.

Es necesario implementar el Código de Ética usándolo en todos los puestos y asegurándose de que la gente lo siga, además tener un lugar para que las personas digan si algo no está bien. Chequear resultados cada seis meses y cambiar lo que sea necesario, usando lo que la gente diga.

Asimismo, es importantísimo poner en marcha programas para ahorrar energía, manejar la basura y controlar lo que sale al aire, siempre con objetivos claros, realizando informes mensuales y auditorías internas para estar seguros de que se cumplen las reglas y los tratos que la empresa hace.

Implementar proyectos sociales, que se ajusten a los ODS más importantes de Asiauto, con objetivos de impacto anuales, y establecer cuantos beneficiarios y el nivel de inversión social. Medir el impacto a través de indicadores, de alcance en la comunidad y la satisfacción, de los involucrados locales.

Establecer un Comité de RSE, este estará encargado del monitoreo de indicadores, generar informes semestrales y revisar anualmente el plan. Se sugiere emplear métodos de medición estandarizados como GRI, ISO 26000 para garantizar su seguimiento y transparencia.

Bibliografía

- Ley Orgánica de Empresas Públicas. (2009). *Oficial Suplemento 48 de 16-oct-2009*.
- Aranguren, G., & Maldonado, S. (2020). Governance and Type of Industry as Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosures in Latin America. *Latin American Business Review*, 21, 1-35. doi:10.1080/10978526.2019.1697185
- Bernal, J., & De la Cruz, E. (2023). La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México. *Ciencia Ergo-sum*, 30(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8955889.pdf>
- Bijlmakers, S. (2022). No ISO fix for human rights: a critical perspective on ISO 26000 guidance on social responsibility. In Research Handbook on Global Governance, Business and Human Rights (pp. 205-228). *Edward Elgar Publishing*. Obtenido de <https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781788979825/9781788979825.00017.xml>
- Bravo, D., Cobacango, L., Cuétara, L., & García Rabelo, M. (2019). Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí. *Revista San Gregorio*(33), 1-11. doi:10.36097/rsan.v1i33.1115
- Calle, A., Erazo, J., & Vásquez, E. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en las instituciones de salud privadas de Azogues, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 621-629. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500621&script=sci_arttext
- Cano, A., & Guerrero, A. (2024). Promoviendo la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide de Cúcuta a través del valor compartido y la filantropía. *Mundo FESC*, 14(28), 296-307. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10243627>
- Ćatić, E., & Šumar, S. (2020). Pyramid of Corporate Social Responsibility in Bosnia and Herzegovina: The Case of Consumers of Small and Medium Enterprises. *EMC Review - Časopis za ekonomiju - APEIRON*(10), 103-122. doi:10.7251/EMC2001103K
- Cezarino, L., Liboni, L., Hunter, T., Pacheco, L., & Martins, F. (2022). Corporate social responsibility in emerging markets: Opportunities and challenges for sustainability integration. *Journal of Cleaner Production*, 362. doi:10.1016/j.jclepro.2022.132224
- Código Orgánico del Ambiente. (2017). *Registro Oficial Suplemento 983*.
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). *Decreto Legislativo 0. Registro Oficial 449 de 20-oct-2008*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- del Pino, C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario jurídico y económico escurialense*(54), 173-198. doi:10.54571/ajee.462
- Donnelly, T., & Wickham, M. (2021). Exploring the antecedent resources and capabilities of strategic corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, 17(7), 985-1006. Obtenido de

- <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SRJ-12-2018-0334/full/html>
- El oriente . (25 de 11 de 2024). 68 empresas ecuatorianas recibieron distintivo ESR. *El oriente Auspiciado por Chevron*, pág. Digital . Obtenido de https://www.eloriente.com/articulo/68-empresas-ecuatorianas-recibieron-distintivo-esr/48030?utm_source=chatgpt.com
- Espinoza-Rivera, F., Huertas-Vilca, K., Obando-Peralta, E., & Cordova-Buiza, F. (2023). Corporate social responsibility in Latin American corporations: Role and importance. *Problems and Perspectives in Management*. doi:10.21511/ppm.21(2).2023.58
- Galván, K. (2022). *a responsabilidad social empresarial y su incidencia en la rentabilidad de empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014–2022*. Obtenido de [Tesis de posgrado, Universidad Autónoma de Sinaloa].: http://tesis.uas.edu.mx/bitstream/DGB_UAS/908/1/Tesis%20-%20Galv%20c3%20a%20n%20V%20c3%20a%20l%20zquez%20c%20K%20a%20r%20i%20a%20n%20a.pdf
- Galvis, J. F., Hernández, Y. G., & Galvis, M. A. (2022). Importancia de implementar en las empresas la norma de responsabilidad social ISO 26000. *Revista Faccea*, 12(1). Obtenido de <https://www.academia.edu/download/101188067/1948.pdf>
- Galvis, J., Hernández, Y., & Galvis, M. (2022). Importancia de implementar en las empresas la norma de responsabilidad social ISO 26000. *Revista Faccea*, 12(1). doi:10.47847/faccea.v12n1a4
- Gamarra, M. (2021). *Responsabilidad social empresarial en el entorno laboral de una Caja Municipal, Agencia Balta Mercado, 2021*. Obtenido de [Tesis de licenciatura, Universidad Privada de Ica].: https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3454/1/TL_GamarraMoncayoMario.pdf
- Global Reporting Initiative. (2023). *GRI Standards*. Retrieved from. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/>
- González, C. C., Ico-Brath, D., & Murillo-Vargas, G. (2022). Integración de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) para el cumplimiento de la agenda 2030. *Formación universitaria*, 15(2), 53-60. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062022000200053&script=sci_arttext
- González, M. (2025). *Evaluación de la responsabilidad social empresarial en la industria automotriz en Bucaramanga*. Obtenido de [Tesis de pregrado, Unidades Tecnológicas de Santander]: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/19146>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Jain, A., Kansal, M., & Joshi, M. (2020). New development: Corporate philanthropy to mandatory corporate social responsibility (CSR)—a new law for India. *Public Money & Management*, 41(4), 276-278. doi:10.1080/09540962.2020.1714280
- Johannsen, D. (2023). *Responsabilidad social corporativa en la industria automotriz alemana: un análisis comparativo*. Universidad Católica de Córdoba.
- Llerena, J. (6 de mayo de 2025). *KIA Ecuador primera empresa automotriz carbono neutro en el país*. Obtenido de CMA: https://www.sicmaecuador.com/post/kia-es-movilidad-sostenible?utm_source=chatgpt.com

- López, J. (2017). Mejoramiento del Valor de marca en el marco de posacuerdo Farc-Estado. *Memorias Encuentro Nacional de INVestigación*, 143-149.
- Lozano, C. (2023). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Industria Automotriz. Caso Volkswagen. Analizado en USA, período 2010-2015*. Obtenido de [Tesis de pregrado, Universidad de Belgrano]: <http://190.221.29.250/handle/123456789/10907>
- Maestre, M., Cabas, A., & Lombana-Coy, J. (2020). Shared value: a bibliometric review of the literature from the approaches of strategy, corporate social responsibility and stakeholder. *Cuadernos de Administración*, 36, 172-186. doi:10.25100/cdea.v36i66.7764.
- Mesta, M., & Cordova, F. (2023). Corporate social responsibility in the banking sector: a focus on Latin America and the Caribbean. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10. doi:10.1057/s41599-023-01950-1
- Montejo, B., & Rodríguez, M. (2025). Indicadores clave de desempeño (KPI) y su integración en sistemas contables de gestión. 4(1). Obtenido de <https://revistap.ejeutap.edu.co/index.php/utap/article/view/191>
- Navarro, G., Arevalo, J., & Quintero, W. (2024). *Creación de Valor Compartido y su Efecto Multiplicador en la Gestión de la Calidad*. Obtenido de [Tesis de pregrado, Universidad Francisco de Paula Santander]: <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/handle/20.500.14167/5048>
- Omidvar, M., Ghasemi, V., & Frau, M. (2024). Exploring the impact of environmental dimension in corporate social responsibility on restaurants' customer retention. *British Food Journal*, 126(12), 4375-4395. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-01-2024-0030/full/html>
- Pinheiro, A., dos Santos, J., da Silva, D., Segatto, A., & Korelo, J. (2023). Corporate governance meets corporate social responsibility: Evidence from Latin America. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. doi:10.1108/arla-05-2023-0072
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
- Ramírez, R., Alemán, L., Herrera, B., & Antequera, R. (2022). Dimensiones de la responsabilidad social corporativa: análisis en las cámaras de comercio. *Información tecnológica*, 33(4), 93-100. doi:10.4067/S0718-07642022000400093
- Roveda, T., Brizolla, M., & Lopes, L. (2022). Corporate Social Responsibility And The National Culture in Automotive Dealerships. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 16(1), 1-18. Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/6531bd54ad0a8e0f5d6cb86d5f401576/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2031968>
- Roza, L., & Meijs, L. (2020). Corporate Philanthropy. In *The Routledge Companion to Nonprofit Management*. doi:10.4324/9781315181011-34
- Sahoo, S., & Upadhyay, A. (2024). Improving triple bottom line (TBL) performance: analyzing impacts of industry 4.0, lean six sigma and circular supply chain management. *Annals of Operations Research*, 1-32. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10479-024-05945-2>

- Salazar, A. (2025). *ransformación en la industria automotriz de Quito: El rol de la RSE para construir marcas sostenibles y comprometidas*. Obtenido de [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/30177>
- Saldaña, J. (2021). *The Coding Manual for Qualitative Researchers (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Sánchez, J. (2022). *Análisis de la responsabilidad social corporativa en la empresa Nestlé*. Obtenido de [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid].: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54428/TFG-N.%201787.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Sekaran, U. &. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. Wiley.
- Sulaiman, M., & Sharif, A. (2023). he Role of Social Responsibility (According to the ISO26000 Guidance) in Enhancing Reputation Organizational. *Res Militaris*, 13(3), 1070-. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Mohammed-Sulaiman-23/publication/377565764_The_Role_of_Social_Responsibility_According_to_the_ISO26000_Guidance_in_Enhancing_Reputation_Organizational/links/65acd61dee1e1951fbd5a8d2/The-Role-of-Social-Responsibility-Ac
- Usuriaga, D., Farro-Portocarrero, I., Fernandez-Hurtado, G., & Cordova-Buiza, F. (2023). Corporate Social Responsibility Latin America: A Systematic Review and Future Research Agenda. *European Conference on Management Leadership and Governance*, 19(1). doi:10.34190/ecmlg.19.1.1653
- Wu, Q., & Fronda, J. (2023). Philanthropic Program and Consumer Brand Evaluation of Transnational Companies: Basis for Strategic Plan. *The QUEST: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2(3). doi:10.60008/thequest.v2i3.157
- Wu, T., Rocha, J., Berry, K., Chaigneau, T., Hamann, M., Lindkvist, E., & Folke, C. (2024). Triple Bottom Line or trilemma? Global Tradeoffs between prosperity, inequality, and the environment. *World Development*, 178. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X24000652>
- Xu, D., Johar, M., & Jham, J. (2024). Research on the Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Organizational Competitiveness. *International Journal of Education and Humanities*, 8(2), 188-197. doi:10.54097/3tkznz42
- Zhao, H., & Zhou, Q. (2021). Socially responsible human resource management and hotel employee organizational citizenship behavior for the environment: A social cognitive perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 95. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920303017>
- Zuluaga, J., & Acosta, P. (2024). The early origins of social responsibility in family businesses: constructing strategic philanthropy at Ingenio Manuelita, 1929–194. *Journal of Management History*. doi:10.1108/jmh-12-2023-0135

Anexos

Anexo A. Marco Conceptual

MARCO CONCEPTUAL

Un buen Plan de RSE necesita entender ideas importantes y modos de gestión, estos dan una base teórica para diseñarlo, ponerlo en marcha y evaluarlo. Aquí se revisa conceptos claves, teorías y métodos relacionados con la RSE, mostrando diferentes formas vistas en estudios y en empresas de hoy día.

1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE es el compromiso, que toman las organizaciones, para cuidar el efecto de sus acciones en la sociedad y el planeta. La Comisión Europea explica que la RSE es las empresas se preocupen de lo social y ambiental, integrando en sus negocios y vínculos. La ISO 26000 define la RSE como la responsabilidad de una organización por como sus elecciones afectan la sociedad y el ambiente, actuando de forma correcta y abierta.

Ambas definiciones se ponen de acuerdo en algo. La RSE es más que solo cumplir la ley, ¡claro! Se trata de una actitud proactiva, una estrategia fuerte para defender los derechos humanos, mejorar las prácticas laborales, proteger el medio ambiente, y una buena gobernanza dentro de la empresa, responsabilidad con los consumidores y participar activamente en el progreso de las comunidades.

En contraste, con la antigua idea de solo ganar dinero, surgen nuevos modelos, como el de valor compartido, las empresas pueden ser más competitivas y al mismo tiempo ayudar a la sociedad, incluyendo las necesidades sociales en su forma de trabajar.

2. Enfoques estratégicos de RSE

En los libros académicos, se ven dos grandes formas de ver la RSE:

Un Enfoque Filantrópico: Es el modelo más viejo, reacciona a las situaciones, limitando la RSE a donaciones y actos de caridad sin relación con el plan central del negocio.

Un Enfoque Estratégico: Aquí, la RSE es parte de todo: operaciones, gestión y decisiones, se fomenta la sostenibilidad generando valor económico, social y ambiental.

El tema encuentra eco al presentar la Triple Cuenta de Resultados como la gente, el planeta y las ganancias. Esta perspectiva da forma a esta propuesta, porque cree que la RSE no es un extra superficial, sino un elemento clave en la competitividad empresarial.

3. Herramientas y modelos para el diseño de planes de RSE

Para armar un buen plan de RSE, viable, hay muchas herramientas y modelos para los directivos, entre ellos sobresalen:

ISO 26000, este ofrece una guía global para la RSE, con siete asuntos esenciales, organización, derechos humanos, aspectos laborales, el medio ambiente, prácticas comerciales justas, temas de consumidores y progreso en la comunidad.

Modelo Stakeholder (Freeman, 1984), sostiene que decisiones de negocios deben tener en cuenta los intereses de todos, ¿eh? Los grupos implicados o afectados como clientes, empleados, proveedores, comunidad, accionistas.

Balanced Scorecard con mirada de sostenibilidad (Kaplan y Norton, adaptado), instrumento que integra indicadores sociales y ambientales en el sistema de control estratégico.

Análisis materialidad, una técnica empleada para señalar los temas más importantes, tanto para la empresa como sus stakeholders. De esta manera guía las prioridades de intervención del plan de RSE.

La selección estas herramientas se justifica, dada su aplicabilidad práctica, además su habilidad para enlazar los distintos componentes del plan, simplificando la toma de decisiones, evaluación de impactos y rendición de cuentas.

4. RSE en el sector automotriz

En sectores tipo el automotriz, donde las operaciones impactan directamente el medio ambiente, por ejemplo, emisiones, residuos y el consumo de energía. Y donde la seguridad del producto es clave, la RSE adquiere una relevancia estratégica. Corporaciones mundiales como Toyota, Nissan y Ford, ya han establecido sólidas políticas de RSE, integrando estándares de sostenibilidad, innovación tecnológica, eficiencia energética y la responsabilidad comunitaria. No obstante, en empresas locales como ASIAUTO S. A., esto no se formalizo, lo que representa, por un lado, una brecha, y también, una oportunidad de mejora competitiva.

El núcleo conceptual de este estudio descansa en una perspectiva estratégica sobre la RSE, con la intención de entrelazar la conducta ética con la expansión organizacional, empleando instrumentos bien establecidos, como la norma ISO 26000, el modelo de stakeholders y el análisis de materialidad, se pretende idear una propuesta de RSE realista, consistente y acomodable al ambiente de ASIAUTO S. A. , permitiendo así la creación de valor compartido y el impulso al desarrollo perdurable del entorno donde esta trabaja.

Anexo B. Desarrollo Metodológico

N°	Dimensión	Pregunta	Tipo de respuesta
1	Económica	¿Considera que Asiauto comunica de forma transparente sus objetivos y resultados financieros al personal?	Escala Likert (1 = Nunca, 5 = Siempre)
2	Económica	¿La empresa promueve prácticas de eficiencia operativa sin comprometer la calidad del servicio?	Escala Likert
3	Económica	¿Cree que un plan de RSE aportaría a mejorar la competitividad de Asiauto?	Escala Likert
4	Social	¿Recibe capacitación periódica sobre valores éticos, responsabilidad social o sostenibilidad?	Escala Likert
5	Social	¿Considera que existen oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional dentro de la empresa?	Escala Likert
6	Social	¿La empresa fomenta la equidad, inclusión y respeto en el ambiente laboral?	Escala Likert
7	Social	¿Ha participado en actividades comunitarias o sociales promovidas por Asiauto?	Opción múltiple (Sí/No)
8	Social	¿Cree que la empresa debería fortalecer sus proyectos de vinculación con la comunidad?	Escala Likert
9	Ambiental	¿Conoce políticas internas de Asiauto relacionadas con el cuidado	Opción múltiple (Sí/No)

		ambiental (reciclaje, ahorro energético, etc.)?	
10	Ambiental	¿Considera que la empresa maneja adecuadamente los residuos derivados de sus operaciones?	Escala Likert
11	Ambiental	¿Cree que Asiauto debería implementar proyectos ambientales más visibles y permanentes?	Escala Likert
12	Ética y transparencia	¿Percibe que la empresa actúa con transparencia en la relación con empleados y clientes?	Escala Likert
13	Ética y transparencia	¿Se siente libre de expresar sugerencias o críticas sobre la gestión de la empresa sin temor a represalias?	Escala Likert
14	Global (visión de RSE)	¿Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	Opción múltiple (Sí/No/Parcialmente)
15	Global (visión de RSE)	¿Considera importante que Asiauto cuente con un plan estructurado de RSE alineado a estándares internacionales?	Escala Likert

Anexo C. Investigación de Campo

