



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

EL COVID19 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas**

Línea de Investigación:

**POLÍTICA ECONÓMICA, COMPETITIVIDAD INSTITUCIONAL, INNOVACIÓN,
EMPRENDIMIENTO, PRODUCTIVIDAD Y LIDERAZGO.**

Autora:

Carol Solange Gutiérrez Coronel

Director:

Mg. María Fernanda Salazar

Ambato – Ecuador

Junio 2021

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACION

TEMA:

EL COVID19 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS

Línea de Investigación:

POLÍTICA ECONÓMICA, COMPETITIVIDAD INSTITUCIONAL, INNOVACIÓN,
EMPRENDIMIENTO, PRODUCTIVIDAD Y LIDERAZGO.

Autora:

Carol Solange Gutiérrez Coronel

Betty Viviana Avellan Herrera, Ing.

f. 

CALIFICADOR

Carlos Ernesto Flores Tapia, Ing.

f. 

CALIFICADOR

María Fernanda Salazar Bonilla, Ing.

f. 

"CALIFICADOR

Christian Andrés Barragan Ramirez, Ing.

f. 

DIRECTOR DE LA ESCULA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Hugo Rogelio Altamirano Villaroel, Dr.

f. 

SECRETARIO GENERAL PUCESA

AMBATO – ECUADOR

Junio 2021

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **CAROL SOLANGE GUTIÉRREZ CORONEL**, con **C.C. 180512724-6**, autora del trabajo de graduación intitulado: **“EL COVID19 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS.”**, previa a la obtención del título profesional de **Administración de Empresas**, en la escuela de Administración de empresas.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.-Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.



Carol Solange Gutiérrez Coronel

Ambato, junio 2021

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme la salud y bendiciones durante todo el camino cursado por la universidad, a mi papá Carlos Fernando Gutiérrez, mi mamá Sonia Esperanza Coronel, mis hermanas Dulce y Fernanda por darme el apoyo y aliento con palabras sabias para superarme cada día más.

Un agradecimiento sincero a la Pontificia Universidad Católica Sede Ambato que, por medio de la facultad de Administración de Empresas, me ha permitido alcanzar el título profesional para demostrar y poner en práctica las enseñanzas que me han inculcado que con esfuerzo y dedicación para así alcanzar las metas y anhelos propuestos. También quiero agradecer los conocimientos impartidos durante toda la carrera por los apreciados Ingenieros.

Finalmente agradezco a mi familia y amigos por estar siempre dispuestos ayudar en momentos difíciles para así lograr culminar la tesis.

DEDICATORIA

El presente proyecto de titulación va dedicado a todos mis seres queridos, pero principalmente a Dios por darme la fortaleza, paciencia y entendimiento para poder realizar esta tesis, también agradecerle a Dios por haberme concedido unos padres increíbles que me han apoyado en todo mi proceso de estudios, por ser mi más grande motivo para ser mejor cada día y ser su orgullo, y gracias papá y mamá por darme todo lo necesario, gracias por sus consejos, tiempo y esfuerzo, por ser mi motor y mi apoyo incondicional en todos los sueños que quiero cumplir. A mis hermanas porque sin darse cuenta siempre son un motivo más por el que quiero ser mejor y darles lo mejor. A mi abuelita mamita Emma por siempre preocuparse por cómo me está yendo en la Universidad y ser un ejemplo de mujer valiente y trabajadora.

RESUMEN

Esta investigación se desarrolla con el objetivo de analizar los componentes de responsabilidad social empresarial de las empresas frente al COVID-19 para determinar su impacto en las buenas prácticas empresariales, dado que el escenario actual y post pandemia condicionan su futuro inmediato, por lo que es fundamental proponer prácticas de responsabilidad social que permitan afrontar los desafíos en relación con sus *stakeholder*, todos ellos son fuertemente afectados por la emergencia. Se aplica el enfoque cuantitativo, pues se basa en un proceso ordenado que permite recoger datos medibles; “además”, es de alcance transeccional, puesto que se recopila información por una única vez a través de una encuesta estructurada con 14 preguntas aplicadas a 76 representantes de las grandes empresas ambateñas. Los resultados muestran que la pandemia por el COVID-19 originó que las empresas ambateñas generaran un impacto positivo en sus *stakeholder* (trabajadores, clientes y proveedores); que acataron las disposiciones emitidas por el Gobierno Nacional, respecto al confinamiento y pago del sueldo a los trabajadores, a pesar que la mayoría tuvo que reducir su capacidad operativa; “así también”, muchas empresas implementaron el teletrabajo para los cargos que no requieren de la presencia física del trabajador, para quienes acudan a las instalaciones de las empresas han implementado medidas de protección y bioseguridad. Cabe indicar que el impacto general para las empresas fue una reducción del 42% en su nivel de ventas; en el caso de las grandes empresas disminuyeron sus ingresos en USD 1.093 millones.

Palabras clave: Stakeholders, Responsabilidad, social, empresarial, ISO.

ABSTRACT

This research is developed with the aim of analyzing the components of corporate social responsibility of companies in the face of COVID-19 to determine its impact on good business practices, given that the current and post-pandemic scenario conditions its immediate future, so it is essential to propose social responsibility practices that allow facing the challenges in relation to its stakeholders, since all of them are strongly affected by the emergency. The quantitative approach is applied, as it is based on an orderly process that allows measurable data to be collected; In addition, it is transectional in scope, since information is collected only once through a structured survey with 14 questions applied to 76 representatives of large companies in Ambato. The results show that the COVID-19 pandemic caused the Ambateño companies to generate a positive impact on their stakeholders (workers, clients and suppliers); since they complied with the provisions issued by the National Government, regarding confinement and payment of wages to workers, despite the fact that most had to reduce their operational capacity; Likewise, many companies implemented teleworking for positions that do not require the physical presence of the worker, for those who must go to the facilities of the companies have implemented protection and biosecurity measures. It should be noted that the general impact for companies was a 42% reduction in their sales level; In the case of large companies, their income decreased by USD 1,093 million.

Keywords: stakeholders, corporate social responsibility, ISO: (International body for standardization).

ÍNDICE

PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	8
1.1. Responsabilidad Social Empresarial	8
1.2. Los <i>stakeholders</i>	20
1.3. COVID-19 y su impacto	26
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	32
2.1. Tipo de investigación, enfoque e instrumentos	32
2.2. Análisis e interpretación de resultados.....	34
CAPÍTULO III. MEJORES PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS AMBATEÑAS	48
CONCLUSIONES	57
RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población	33
--------------------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Dimensiones de la RSE en diferentes modelos e instituciones	14
Cuadro 2. Indicadores dentro del marco del GRI	17
Cuadro 3. Economía	50
Cuadro 4. Medio Ambiente.....	50
Cuadro 5. Desempeño social	52
Cuadro 6. Stakeholders	55

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Reglas en relación con los objetivos de los stakeholders	21
Ilustración 2. Clasificación de los stakeholders	23
Ilustración 3. Valor de stakeholders	25
Ilustración 4. Afectación en ventas por sector (En millones USD)	29
Ilustración 5. Afectación en ventas por tamaño de empresa (En millones USD)	30
Ilustración 6. Impacto del COVID-19 en el mercado laboral ecuatoriano.....	31
Ilustración 7. La empresa es socialmente responsable	34
Ilustración 8. Áreas de la responsabilidad social empresarial.....	35
Ilustración 9. Frente a la emergencia sanitaria quienes fueron su prioridad	36
Ilustración 10. Principales grupos de interés de la empresa.....	37
Ilustración 11. Responsabilidad social en la empresa con base a los 7 ejes de la RSE	38
Ilustración 12. Respecto a la gobernabilidad	39
Ilustración 13. Respecto al público interno	40
Ilustración 14. Respecto al Mercadeo Responsable ¿Cómo práctica la RSE?	41
Ilustración 15. Respecto a los Proveedores	42

Ilustración 16. Respecto a la Política	43
Ilustración 17. Políticas internas.....	44
Ilustración 18. Recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento	45
Ilustración 19. Categorías y subcategorías de la RSE.....	49

INTRODUCCIÓN

La investigación sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha centrado tradicionalmente en los niveles de análisis empresarial e institucional y en evaluar la relación entre la RSE y los resultados a nivel empresarial como el desempeño financiero; “sin embargo”, en la última década la investigación conceptual y empírica se ha expandido con un aumento hacia una perspectiva conductual sobre esta temática, la misma que se está centrado en la persona y en el empleado en particular. Específicamente, se enfoca en cómo las personas experimentan e interactúan con la RSE mientras buscan y encuentran significado a través del trabajo (Aguinis, Villamor y Gabriel, 2020).

Las condiciones actuales de globalización han hecho que las naciones en vías de desarrollo compartan entre sí y con los mercados desarrollados. El objetivo más importante para ambas categorías de estados es promover la tasa de crecimiento económico, que refleja la competitividad del espíritu empresarial nacional. La pandemia de COVID-19 ha afectado la vida de todas las personas y la economía lo que ha causado un impacto en la economía mundial. Como resultado de esta significativa disminución, Naciones Unidas predice que la inversión extranjera directa podría caer entre un 5 y un 15%, como consecuencia alcanzará los niveles más bajos desde la crisis financiera de 2008 (Popkova, Delo y Sergi, 2020).

La pandemia a causa de la enfermedad por coronavirus conocida como COVID-19 ha puesto en relieve, la importancia de los cuidados para la sostenibilidad de la vida y la poca visibilidad que tienen las empresas en las economías de la región, en las que aún se considera una externalidad y no un componente fundamental para el desarrollo. La crisis sanitaria en curso pone en evidencia la injusta organización social de los cuidados en América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020).

“Así”, la significativa alteración económica y financiera provocada por la crisis del COVID-19 probablemente agravará el lento crecimiento económico de la región y las vulnerabilidades estructurales preexistentes; “lo cual”, afecta profundamente a las empresas, los trabajadores y otras partes interesadas de América Latina y el Caribe. Factores como la rápida disminución de la actividad económica de los principales socios comerciales, la interrupción de las cadenas de valor mundiales, la caída de los precios de los productos básicos, el aumento de la aversión al riesgo de los inversores, la reducción de la demanda de mano de obra, especialmente en los sectores del turismo, la manufactura y el comercio minorista, y la caída de las remesas tendrán todos ellos un profundo impacto en la actividad empresarial de América Latina y el Caribe. “Esto a su vez”, tendrá consecuencias de gran alcance para el sustento de muchos hogares, en una región en la que más de la mitad de la población trabaja en la economía informal, en microempresas o por cuenta propia, y tiene muy poco acceso a redes de seguridad social (Quintero, 2020).

En el plano empresarial, el impacto es a todo nivel, sin importar si la empresa es una multinacional o una pequeña y mediana empresa (PYME). “Así”, como hay protocolos para que las personas se protejan del virus, lo mismo ocurre con las empresas. A fin de gestionar una crisis de esta magnitud, las empresas contarían con un plan de continuidad del negocio y un plan de gestión de crisis, y en ambos casos se validaría si son aplicables en el escenario actual y si no, actualizarlos. Un plan de continuidad del negocio contempla las acciones necesarias para mantener la operatividad a un nivel mínimo aceptable durante una contingencia. El plan de gestión de crisis se enfoca en la respuesta a la misma, por lo que se analizarían los distintos escenarios y alternativas de respuesta adecuadas (Banco de Desarrollo de América Latina, 2020).

“En el mismo contexto”, la pandemia ha puesto a prueba la capacidad de las empresas de cimentar su capital reputacional. Los que han invertido en el bienestar de sus trabajadores han ligado un mayor grado de compromiso por parte de ellos. Los que han construido relaciones de cercanía con sus proveedores han visto menos

disrupciones operativas, lo que les permitirá mejorar su preparación para la reapertura económica (Christensen, 2020).

“Por lo señalado”, la reacción por parte de las empresas, durante el periodo de pandemia, es determinante para contribuir no solo al bienestar de sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad, sino a generar mayor valor para las mismas en un futuro cercano. “Puesto que”, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) incluye aquellas acciones que lleva a cabo una empresa en favor de su gente, una gestión ética del negocio, la sociedad y el medio ambiente, van más allá del cumplimiento normativo y buscan contribuir al desarrollo y el bienestar común (Canal, 2020).

“Por un lado”, las medidas preventivas tomadas por los gobiernos de muchas naciones obligaron a cerrar determinadas actividades económicas y sociales por la emergencia sanitaria, ha puesto en una difícil situación a multitud de empresas de servicios y minoristas que, sin público al que atender, ven cómo sus ingresos se desploman y la alternativa que más les conviene es la venta online, aquellas que están en disposición de enfocar su negocio a ese canal. “Para el resto”, la solución se enfoca en la redistribución de tareas y el desarrollo de planes de contingencia para adaptarse a la nueva situación (Sierra, 2020).

“Por otro lado”, la irrupción del COVID-19 en la vida cotidiana del hombre a nivel mundial ha originado que empresas que manejan iniciativas de responsabilidad social empresarial, no solo adapten sus programas a la nueva realidad, sino que traten de diseñar proyecto acorde al contexto actual. “Así”, según datos del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), el 91 % de sus 70 miembros del sector empresarial han desarrollado algún aporte, proyecto o iniciativa en esta lucha contra el COVID-19, principalmente se han involucrado en tres áreas: donaciones, respaldos a nuevos emprendimientos y alianzas para apoyo humanitario (El Universo, 2020).

“Consecuentemente”, las empresas consideran a la responsabilidad social como un factor diferenciador cada vez más apreciado y valorado, sobre todo en medio de la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19. En estos tiempos difíciles se ha evidenciado una diferencia muy marcada entre las empresas que cuentan con un robusto sistema de gestión de la responsabilidad social sobre aquellas que no estuvieron preparadas para asumir los cambios provocados por esta crisis mundial (Vistazo, 2020).

Apostar por una comunicación transparente es una gran forma de involucrar a los trabajadores y demás grupos de interés en la solución de los retos después de la crisis sanitaria. La transparencia consiste en compartir voluntariamente información de calidad con los grupos de interés, se basa en el diálogo comprometido con ellos y en las relaciones que se desea mantener a largo plazo, son parte estratégica del desarrollo empresarial (Fontrodona y Muller, 2020).

Es necesario tomar en cuenta, la existencia de un ciclo esencial: las empresas dependen de la demanda, ésta del ingreso, éste del empleo, del trabajo productivo; “el cual” depende del desempeño de las unidades de producción. “De ahí que”, se establecerían círculos de causación acumulativa, tanto virtuosos como viciosos. El dinamismo de los intercambios y el crecimiento de la producción son determinantes para el accionar normal de los agentes económicos, y esto ha sido dramáticamente impactado por la actual pandemia del COVID-19 (Martin y Reyes, 2020).

“Por tanto”, los desafíos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ante la contingencia tienen, entre sus principales ejes: a) activación del propósito de la empresa, mediante la coherencia, la creatividad, la flexibilidad; b) desarrollo de la comunicación interna y externa para alcanzar consensos operativos sobre prioridades deliberativamente; c) construcción de alianzas, inmediatas y de largo plazo, entre actores económicos, académicos, gubernamentales y de la sociedad; d) incremento de su capacidad de innovación, para reinventarse como empresa y no sólo se enfoque en sobrevivir en el mercado, sino de vivir en la sociedad; e) ampliación de su capacidad

de adaptación a sus contextos específicos; f) contribución efectiva a una sociedad más colaborativa (Muñoz, 2020).

“Además”, los contenidos éticos que nutren el propósito de la empresa y se expresan en la RSC ante los desafíos de la contingencia, se concretan en acciones virtuosas que, desde los ejes (prudencia, honestidad, transparencia, justicia) permitan, “por una parte”, minimizar las situaciones de afectación de las empresas, de sus personas y de su proyecto; y, “por otra”, aumentar la capacidad de crear alternativas legítimas y valiosas para la empresa y para sus comunidades (Martin, 2019)

A nivel local, la crisis sanitaria por el COVID-19 ha causado un gran impacto en la ciudad de Ambato, es así que las ventas informales y todo tipo de comercio se han visto muy afectados, pues se han cerrado alrededor de 50 locales comerciales después de un operativo policial (El Comercio, 2020). “También”, ha afectado la movilidad de los sectores rurales; “por lo cual”, las personas han optado por usar transporte ilegal como automóviles y camionetas (La Hora, 2020). “Es decir”, las personas no venden o generan ganancias y no compran más de lo necesario, con esto, se ha creado una cadena que afecta a las empresas productoras del cantón, hechos que causan un impacto en el mercado laboral como despidos, pues de acuerdo a El Telégrafo (2020) “desde el 17 de marzo la jornada laboral presencial se encuentra suspendida, tanto en el sector público como en el privado” (p.1).

“Como consecuencia”, esto afecta a las finanzas personales de los ciudadanos y a los empresarios; “es aquí”, en donde se pretende estudiar la responsabilidad social empresarial y analizar cómo podría aplicarse en las organizaciones para ser un sostén en las familias Ambateñas y a la vez posicionar permanentemente el nombre de la organización en el mercado, según Valls (2010) las empresas que sepan cómo afrontar las adversidades, las crisis y las contrariedades cotidianas que; “además”, actúen con responsabilidad social conseguirán gestionar de forma eficiente sus recursos y mantener un crecimiento sostenido en el mercado.

“No obstante”, existen empresas que a raíz de la pandemia han crecido en su economía, aquellas tomaron medidas para adaptarse a las nuevas necesidades de los consumidores. Otras organizaciones han logrado mantener su nivel de ingresos y apoyar a que sus trabajadores mantengan sus puestos de trabajo y acaten las disposiciones de aislamiento, lo que cambia sus paradigmas y evidencia que el teletrabajo es beneficioso. Muchas empresas de países desarrollados ya lo habían implementado años atrás y han demostrado que son productivas, se han beneficiado por el ahorro de energía, tiempos de desplazamiento, incremento de la productividad y reducción de costos fijos.

Ante la pandemia de la COVID-19, que causa en la sociedad fuertes caídas económicas, se formula la pregunta científica ¿Cómo las empresas podrían ser responsables socialmente ante una crisis como la del COVID-19?

Para dar respuesta a la pregunta científica se ha planteado el siguiente objetivo general:

- Analizar los componentes de responsabilidad social empresarial de las empresas frente al COVID-19.

Para cumplir con lo señalado se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente las variables a ser estudiadas.
- Determinar el impacto del COVID-19 en las prácticas de RSE de las empresas ambateñas.
- Proponer prácticas de responsabilidad social para las grandes empresas ambateñas en tiempos de crisis.

Se apoya en el tipo de investigación descriptiva y la aplicación de herramientas como la encuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

“Por lo antes expuesto”, se aplica este tipo de investigación con el objetivo de recoger información que permita descubrir a las empresas que saben cómo atravesar una crisis y salir más fortalecidas y que buscan alternativas para ser socialmente responsables y que;” además”, nunca hayan contemplado desamparar a sus colaboradores.

“En este contexto”, el desarrollo de esta investigación es de gran importancia; “tanto”, para las empresas ambateñas como para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, pues mediante la revisión a la literatura existente sobre los componentes de responsabilidad social empresarial se fundamentará de forma teórica el estudio, al ser el punto de partida para identificar y analizar el impacto del COVID-19 en los *stakeholders*, y proponer prácticas de responsabilidad social para empresas socialmente responsables en tiempos de crisis.

“Además”, en las condiciones actuales ha cobrado importancia el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial, que ha evolucionado en consonancia con el avance del pensamiento económico. “Pues también”, los nuevos escenarios post pandemia condicionan el futuro inmediato, por lo que es fundamental proponer prácticas de responsabilidad social que permitan a las empresas afrontar los desafíos en relación con sus propios integrantes, con los grupos de interés relacionados y la sociedad en su conjunto, todos ellos son fuertemente afectados por la emergencia.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Responsabilidad Social Empresarial

“Si bien”, la responsabilidad social corresponde a las empresas, de ahí el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es cierto que se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean públicas o privadas, con o sin fines de lucro. El ámbito de la responsabilidad social es interno y externo a la empresa. En las corporaciones existe la tendencia a la implantación de la Responsabilidad Social que les ayuda en el marketing, mejora su imagen corporativa y potencia su percepción de poder en el entorno global, en este caso se habla de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). “Tanto”, en el primer caso (RSE), como en el segundo (RSC) existe una implantación de procedimientos, normativas y reglas, legislación y guías de buenas prácticas (Tello, Agila y Legarda, 2018).

Antes de profundizar en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es oportuno analizar sus orígenes y evolución. “Así”, a través de la revisión a la literatura se evidencia que las primeras aproximaciones se dan en la década de 1930; “no obstante”, hasta los años 50 que comienza su debate. En 1953 Howard R. Bowen difunde el término en su obra *Responsability of the Bussinessman*, quien asocia a la persona física como responsable de la actuación y efectos de la persona jurídica; “además”, enfatiza en que es obligación del empresario adoptar políticas, decisiones o seguir directrices fundamentadas en valores sociales. En los años 60 se emerge el cambio del paradigma empresarial. Autores como Joseph McGuire, Keith Davis, Henry Manne Milton Friedman, entre otros, desarrollan desde diferentes perspectivas el concepto de responsabilidad empresarial (Peribáñez, Cano y Sánchez, 2017).

“Por ejemplo”, algunos plantean que el rol de la empresa en la sociedad se encierra únicamente a hacer que sus propietarios incrementen sus ganancias. En esta posición se encuentra el economista Friedman (1962), quien afirma que “hay una y sólo una responsabilidad social de la empresa privada: utilizar sus recursos y realizar

actividades que estén diseñadas para aumentar sus utilidades”. “Más adelante”, otros autores, como Porter y Krammer (2006), enfatizan en que el rol de la empresa es crear valor compartido, “es decir”, crear valor económico al tiempo que crean valor social.

En los años 60 y 70 la sociedad manifestó su inconformidad respecto al actuar de las unidades productivas, lo que promueve que diversos sectores sociales afectados por la operatividad empresarial asuman un rol activo frente a la situación. Las naciones del mundo se preocupan por las manifestaciones ambientales y la repercusión que tiene el desarrollo generalizado a nivel internacional (Cardona D. , 2016).

Ha mediado de los años 80 surgió el enfoque de los *Stakeholders* o grupos de interés, el cual ganó popularidad entre los teóricos y las propias empresas, pues se basa en un modelo dinámico. Este enfoque, describe las relaciones de la empresa con su entorno, y es utilizado para generar estrategias que den respuesta a su RSE. En efecto, se distingue dos grupos de *Stakeholders* en función de su proximidad con la empresa: internos y externos. “Los primeros”, están vinculados directamente con la empresa sea en calidad de accionistas, socios, directivos, trabajadores, entre otros. Los *stakeholders* externos, lo forman grupos de interés como competidores, consumidores, autoridades, otros (Navarro, 2011).

Castro, Hernández y Bedoya (2016) afirman que los *stakeholders* son aquellos que son afectados o intervienen de forma directa o indirecta en el proceso operacional de la empresa. En este concepto, la empresa adquiere un compromiso moral con cualquier grupo o persona que influya en el logro de los planes de una organización. Los *stakeholders* incluyen a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que serían de ayuda o daños a la empresa. “Por lo tanto”, se infiere que una organización no se encuentra independiente de sus *stakeholders*, sino que más bien están integrados por múltiples actores como los ya enumerados.

En 1999, en el Foro Mundial de Davos, Suiza, se anuncia el “Pacto Mundial de

Naciones Unidas” y a partir del 2000 se pone en marcha a que las empresas adopten nuevos principios universales en el ámbito de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente. “Es así”, como surge un nuevo enfoque en el desarrollo de la empresa, la Responsabilidad Social Empresarial entendida como la incorporación consiente, clara y sostenida en la gestión estratégica de una organización, de los impactos sociales de su actividad en el entorno (Expósito, 2008).

Las credenciales del Pacto Mundial de Naciones Unidas se basan en el trabajo sobre desarrollo humano y sus vínculos con el mundo gubernamental; “además”, de su compromiso con el Pacto Mundial o Pacto Global, que están inspirados en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, la Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales del trabajo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el acuerdo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) contra la corrupción, que propició Kofi Annan, secretario general de la ONU, y que fue lanzado en 1999. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mantiene actualizada las líneas directrices para empresas multinacionales y forman parte de las exigencias de multitud de países en relación con los créditos a la exportación o promoción de la inversión extranjera (Camacho, 2017).

“Cabe señalar que”, la RSE es impulsada por organismos como las Naciones Unidas, la OCDE, la Unión Europea, el *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) y el *International Business Leaders Forum*. Estos organismos internacionales promueven que las empresas tomen un papel más importante en el bienestar de la sociedad y tengan un comportamiento más responsable en temas medioambientales y sociales (Altuna, 2013).

“Así pues”, Cardona, Duque y Rendón (2013) indican que han surgido en el mundo empresarial, entre otros mecanismos, un considerable número de normas técnicas, certificaciones, informes, memorias, para implementar y divulgar programas de RSE. La principal explicación que se da sobre esto es la falta de control y regulación que tienen las empresas a nivel mundial y las graves consecuencias que esto ha traído a

la sociedad. Según Strandberg (2010), las exigencias han sido promovidas por los grupos de interés, los cuales han comenzado a solicitar o exigir a las empresas información no financiera sobre el ejercicio de su RSE.

“Debido a esto”, algunas empresas han elaborado informes que incluyeron de una forma u otra, los aspectos sociales y medioambientales en los cuales tiene impacto su compañía. Estos informes o memorias suelen tener una estructura común, así como unos elementos unificadores, cuyo objetivo es servir de guía para todas aquellas empresas que comienzan a incursionar en el mundo de la RSE a la vez que proporcionan la información más importante y relevante sobre los avances de cada empresa en cuanto a sus proyectos de RSE.” No obstante”, de acuerdo con Strandberg (2010), en esa tarea de informar las empresas empezaron a encontrarse con el problema de cómo medir las acciones de RSE y sus resultados, de forma que la información fuese coherente, completa y ordenada. “Por tal motivo”, surgen y cobran gran importancia varias normas y guías, entre las que se destacan el Pacto Mundial, el *Global Reporting Initiative* (GRI), SA 8000, AA 1000, la ISO 26000, AECA, los indicadores Ethos de RSE.

“Con base a lo expuesto”, la Responsabilidad Social Empresarial es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas, la cual se ha visto plasmada en un contexto internacional por la proliferación de normativas, cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información respecto a las prácticas en temas relacionados a la RSE (Valenzuela, Jara y Villegas, 2015).

Antelo y Robaina (2015) señalan que la RSE “es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejora la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general” (p.59). Desde el punto de vista del autor, una empresa socialmente responsable es aquella cuyos directivos y propietarios son conscientes del efecto que las operaciones de la organización ocasionarían al interior y al exterior de la organización. Reza, Asgari, Gholamreza y Hadizadeh (2014), añaden que la “RSE se ocupa de las relaciones entre

las empresas y la sociedad, especialmente examina el impacto de las actividades de las primeras sobre los individuos” (p. 476).

“Así lo ratifica”, Cañas (2018) que la RSE es gestionar de manera socialmente responsable las actividades que realizan las empresas, caracterizado por que toman en cuenta los impactos que se generan por el desarrollo de las mismas en sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Implica, el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos; “así como”, cualquier otra acción voluntaria la organización emprenda para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y la sociedad en conjunto.

La práctica de RSE implica acciones que la empresa toma de forma íntegra y voluntaria, que incluye a sus actores en una espiral creciente de bien común, que tiene relación con el desarrollo de capital social y gestión del conocimiento, con el prestigio y la confianza, entre otros aspectos positivos. De la RSE se toma en cuenta a los *stakeholders*, como el individuo o grupo de individuos que se ven o podrían verse afectados por las acciones u operaciones de la empresa, por lo que constituyen actores esenciales para el éxito de esta. La gestión de las relaciones con los *stakeholders* generan diversos tipos de valor que se podrían aprovechar para alcanzar competitividad, misma que no se alcanza de forma individual, sino es un desempeño superior que implica la interacción y colaboración de los otros (Armijos, 2017).

Según Ojeda, Chávez y Álvarez (2015), la Responsabilidad Social Empresarial de una organización se ve reflejada por los impactos de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sustentable, a la salud y al bienestar de la sociedad, tiene en cuenta las expectativas de los interesados, se ajusta a la legislación aplicable y a las normas internacionales de comportamiento, y se integra en toda la organización y en la práctica en sus relaciones.

La responsabilidad social es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos; permite ganar tanto legitimidad como aceptación social. Una verdadera estrategia de esta naturaleza dependerá siempre de la actitud participativa de la empresa con su entorno y el grado de esfuerzo y aceptación por todos sus subordinados (Ramírez y Moctezuma (2017).

“Por su parte”, Casado (2006) refiere a la RSE como una herramienta enfocada en todas las áreas de la compañía lo que genera impactos mediante su operación empresarial de manera directa o indirecta en: a) la seguridad, b) el entorno laboral, c) el cuidado a los derechos humanos con los grupos de interés, d) la ética empresarial, e) la calidad reputación de los productos hacia los consumidores, f) las inversiones sociales y medioambientales, g) la productividad, h) la administración de fondos, i) el proceso de toma de decisiones.

Un aspecto fundamental que se encuentra implícito con la RSE es que las empresas que la apliquen no podrán constituirse en reemplazo de lo que le corresponde al Estado, por eso la RSE llega a confundirse con actividades filantrópicas debido a que se limitan a hacer donaciones y apoyar obras que de alguna manera la benefician. La RSE implica cambio, sin dejarse al azar; “en efecto”, requiere de una gestión estratégica que forme parte de la planeación estratégica, que incluya a todos los integrantes y a todos los niveles de la empresa. Esta gestión considera, según Solano (2005), las siguientes características:

- Objetivos claros respecto de lo que se quiere solucionar o aprovechar. “Además”, estos objetivos tendrían que ser consensuados y compartidos.
- Un agente de cambio claro y reconocido.
- Objetivos claramente identificados.
- Canales. Las formas institucionales, mediáticas o comunicacionales que tomarán las acciones que desarrollarán los objetivos.

- Estrategia de cambio basada, fundamentalmente, en una estrategia de marketing social.
- Estrategia de sostenibilidad; “es decir”, que perdure en el tiempo.

“En síntesis”, la responsabilidad social incrementa el bienestar social que incorpora la competitividad, sostenibilidad y la cohesión social, según el criterio de Aránzazu (2019), la RSE persigue los siguientes objetivos:

- Implantar la idea de que las actuaciones realizadas tanto por organizaciones con y sin fines de lucro se preocuparían por los resultados, la forma, los mecanismos o la vía por la que estos se han alcanzado, y han fomentado un comportamiento ético.
- Reforzar la capacidad de las empresas para hacer frente a los retos sociales mediante la innovación e impulso de modelos de desarrollo sostenible, caracterizados por la innovación de la competitividad y el crecimiento económico; respeto a los derechos humanos, las preocupaciones sociales y el respeto al medio ambiente.
- Generar un valor compartido que se manifiesta en un desarrollo económico, social y medioambiental.

“Concerniente” a las dimensiones de la RSE, Luna y Maigual (2012) proponen las siguientes, con base a modelos e instituciones:

Cuadro 1. Dimensiones de la RSE en diferentes modelos e instituciones

Modelos/instituciones	Dimensiones
Manual de Responsabilidad Social para Pymes	Valores y Coherencia Publico Interno Relación con proveedores Relación con consumidores Medio ambiente Relación con la comunidad
Global Reporting Initiative (GRI)	Económica Practica laboral y trabajo decente. Responsabilidad del producto. Dimensión ambiental. Sociedad Derechos Humanos

ISO 26000	Gobierno de la organización Prácticas laborales Temas de consumidores Medio ambiente Involucramiento de la comunidad y desarrollo de la sociedad. Derechos humanos
Libro Verde	Adaptación al cambio. Gestión de recursos humanos. Salud y seguridad en el trabajo. Socios comerciales, proveedores y consumidores Gestión del Impacto ambiental y de los recursos ambientales. Problemas ecológicos mundiales Comunidades locales. Derechos Humanos
Pacto Global	Ámbito laboral Cuidado del medio ambiente Derechos Humanos

Fuente: tomado de Luna y Maigual (2012)

Aguilera y Puerto (2012), aseveran que la responsabilidad económica consiste en producir bienes y servicios que la sociedad desea a un precio que perpetúe los negocios y satisfaga sus obligaciones hacia los inversionistas; ésta es la prioridad de las organizaciones, puesto que va ligada con su subsistencia. “Por otra parte”, la responsabilidad legal implica obedecer las leyes locales, nacionales e internacionales; este aspecto da credibilidad ante los inversionistas, proveedores y clientes, aunque en muchas ocasiones se presenta dualidad en el cumplimiento de estas.

“Respecto” a la responsabilidad ética, constituye el cumplimiento de otras expectativas sociales no consignadas en la ley, relacionadas con lineamientos de conducta definidos, que impiden que los integrantes de la organización tomen decisiones fuera de los marcos establecidos. La responsabilidad voluntaria se refiere a comportamientos adicionales y actividades que la sociedad considera deseables y que dictan los valores de las empresas. Aquí lo que se busca es otro tipo de trascendencia, directamente relacionada con valores (Aguilera y Puerto, 2012).

“En el mismo contexto”, Fajardo y Santa (2014) sostienen que las dimensiones de la RSE son tres:

Dimensión económica:

- Interna, su responsabilidad se enfoca en la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, no sólo considera las condiciones de mercado sino “también”, la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga en el mercado.
- Externa, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad; “además”, de su aportación a la causa pública. “Asimismo”, la empresa tiene que participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país (Cajiga, 2013).

Dimensión social:

- Interna: implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
- Sociocultural y política externa: conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades; y, “por tanto”, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio (Cajiga, 2013).

Dimensión medio ambiental o ecológica, gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales:

- Interna, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, “por lo tanto”, la prevención de los daños que causen o pudieran causar.
- Externa, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura (Cajiga, 2013).

Con base a las tres dimensiones señaladas, en el siguiente cuadro se describen los indicadores dentro del marco del GRI:

Cuadro 2. Indicadores dentro del marco del GRI

	Categoría	Aspecto
Económicos	Impactos económicos directos	Clientes Proveedores Empleados Proveedores de capital Sector público
Ambientales	Ambiental	Materias primas Energía Agua Biodiversidad Emisiones, vertidos y residuos Proveedores Productos y servicios Cumplimiento Transporte General
Sociales	Prácticas laborales y trabajo decente	Empleo Relaciones empresa/trabajadores Salud y seguridad Formación y educación Diversidad y oportunidad
	Derechos humanos	Estrategia y gestión No discriminación Libertad de asociación y negociación colectiva Trabajo infantil Trabajo forzoso y obligatorio Medidas disciplinarias Medidas de seguridad Derechos de los indígenas
	Sociedad	Comunidad Corrupción Contribuciones políticas Competencia y precios
	Responsabilidad del producto	Salud y seguridad del cliente Productos y servicios Publicidad Respeto a la intimidad

Fuente: Tomado de Aránzazu (2019)

“Además”, Altuna (2013) indica que de los componentes de la responsabilidad social corporativa hay que considerarse 5 principios básicos:

Oportunidades: Entendidas como aquellas opciones de incrementar el valor de la empresa gracias al comportamiento responsable.

Riesgos: Entendidos como aquellos aspectos de la RSC que si no satisfechos ponen en riesgo la creación de valor de la empresa.

Estrategia: Entendida como el análisis y la toma de decisiones de lo que la empresa realiza para:

- Aprovechar las oportunidades que ser responsable brinda a la empresa,
- Minimizar los riesgos a los que la empresa está expuesta,
- Conocer las expectativas de los *stakeholders* hacia la empresa y decidir cuáles satisfacer y cuáles no.

Medición y Gestión: Entendida como:

- Medición de la creación de riqueza y valor tanto para la sociedad como para la empresa respecto a las políticas responsables desarrolladas.

Información: Entendida como dar cumplida cuenta de lo realizado y obtenido.

“Por su parte”, Camacho (2017) indica que los principios de la responsabilidad social respetan en general los lineamientos que se describen a continuación:

- **Rendición de cuentas:** consiste en que una organización rinda cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente, y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos.
- **Transparencia:** consiste en que una organización transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y al medio ambiente. Las organizaciones están obligadas a revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, las decisiones y las actividades de las que son

responsables, incluyen sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información tiene que estar fácilmente disponible y accesible para los interesados.

- **Comportamiento ético:** consiste en que el comportamiento de una organización se basa en los valores de la honestidad, equidad e integridad. Este valor implica el respeto por las personas, por los animales y por el medio ambiente, y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas.
- **Intereses de las partes interesadas:** consiste en que una organización respete, considere y responda a los intereses de sus partes interesadas. A pesar de que los objetivos de la organización podrían limitarse sólo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos. Colectivamente, estas personas constituyen las partes interesadas de una organización. Las partes interesadas poseen intereses que no son coherentes con las expectativas de la sociedad.
- **Principio de legalidad:** consiste en que una organización acepte que el respeto al principio de legalidad es obligatorio. Este se refiere a la supremacía del derecho, y en particular a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley, y de que los gobiernos están sujetos a la ley; “además”, se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder e implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.
- **Norma internacional de comportamiento:** consiste en que la organización está obligada a respetar la normativa internacional de comportamiento organizacional, a la vez acatar el principio de respeto de legalidad, a través del respeto a las normas internacionales, así la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una empresa evitaría ser cómplice en las actividades de otra que no sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento.

- **Derechos humanos:** consiste en que una organización respete los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad. Una organización promovería el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones, si la ley de manera particular o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

“Es importante señalar que”, en los últimos años para Ecuador, la agenda de la RSE ha sido muy dinámica e interactiva debido al despertar del interés de empresarios, organizaciones y sociedad civil respecto a la temática, se ha efectuado numerosos congresos, debates, servicios profesionales de consultoría y reportes de sostenibilidad.

“De esta manera”, organizaciones promotoras de la RSE en el país como IDE *Business School*, *Fundación AVINA*, Cooperación Alemana al Desarrollo GIZ, Ekos Negocios, Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana, Consultor Apoyo y el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad realizaron un estudio que fue publicado en el año 2012 sobre la perspectiva de la responsabilidad social en los negocios (Morán, Rodríguez, Torres, Aguilar y Villalta, 2016).

1.2. Los *stakeholders*

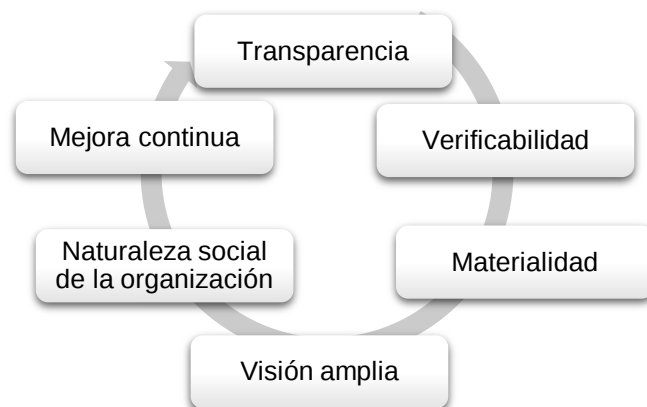
El término *stakeholder* es un neologismo anglosajón que normalmente se traduce al español como: interesado, grupo de interés o de interesados, o como parte interesada (*International Organization for Standardization*, ISO 26000, 2010). Los *stakeholders* son definidos como todas aquellas personas, grupos, empresas, comunidad y sociedad que tienen interés en la existencia y desarrollo de una empresa. Son interesados directos e indirectos con poder real o potencial para influir en las decisiones empresariales como; “por ejemplo”, empleados, clientes, proveedores, accionistas/inversionistas, organismos públicos, asociaciones profesionales, grupos religiosos, comunidad, organizaciones de la sociedad civil, ONG y el público en general.

El enfoque de *Stakeholders* es el más utilizado por las empresas, dado que involucran a varios grupos de interés, como partes relacionadas, donde se vinculan a los accionistas, clientes, proveedores y la sociedad. La toma de decisiones no solo lo hacen los propietarios o accionistas de una empresa, al aplicar esta Responsabilidad Social Empresarial son importantes las opiniones de los *Stakeholders* internos de la empresa constituidos por el activo intangible que posee, como es el talento humano.

“De acuerdo a” Toscano y Virguez (2015), existen cuatro premisas importantes de la teoría de los *stakeholders*; el primero, la empresa tiene relaciones con muchos grupos constituyentes, denominados *stakeholders*, que influyen y son afectados por sus decisiones; segundo, la teoría tiene que ver con la naturaleza de estas relaciones en términos de procesos y resultados de la empresa y sus grupos de interés; tercero, los intereses de todos los *stakeholders* legítimos tienen un valor intrínseco, y se asume que ningún conjunto de intereses dominan a los otros; y el cuarto, que la teoría se centra en la toma de decisiones gerenciales.

“En este contexto”, en coherencia con lo expuesto por Vaca et al. (2007) las empresas consideran en sus actuaciones una serie de reglas en relación con los objetivos de los *stakeholders*, para que sean calificados sus comportamientos como socialmente responsables:

Ilustración 1. Reglas en relación con los objetivos de los stakeholders



Fuente: Tomado de Vaca et al. (2007)

La transparencia hace referencia a la información y diálogo que la empresa mantiene con los *stakeholders*. La verificabilidad tiene que efectuarse a través de expertos independientes externos. Respecto a la materialidad, esta toma en cuenta las expectativas de los grupos de interés en todas las áreas. Referente a la visión amplia, el contexto de sostenibilidad está en función a su actividad, localización y tamaño. Enfatiza en la naturaleza social de la organización, esta como valor que prevalece sobre la consideración económica o técnica. Todos estos aspectos contemplan un ciclo de mejora continua.

De la RSE se ha desprendido la Teoría de los *Stakeholders*; “en este sentido”, existen numerosas investigaciones, de las cuales se destacan las siguientes:

La propuesta de González (2010), enfatiza sobre que, con el desarrollo de las TIC's, se dan nuevas interrelaciones entre las empresas y sus *stakeholders*. “Por otro lado”, González (2007) subraya que la gestión de los *stakeholders* facilita el llevar a la práctica la ética. Resulta interesante lo señalado por Toro (2006), sobre que la aplicación de RSE conjuga las estrategias sociales y económicas, para lograr rentabilidad financiera y valor agregado. Acuña (2012) añade que la atención a la gestión de *stakeholders* favorece la sostenibilidad y la dirección estratégica de la empresa, lo que permite un análisis comparativo entre las herramientas disponibles para la gestión de *stakeholders*. “Finalmente”, Lorca (2003) define las relaciones que hacen que las partes interesadas agreguen valor a la empresa.

“Por su parte”, Bajo (2015) indica que los *stakeholders* se clasifican con base a los siguientes aspectos:

- En función del grado de influencia en el desarrollo del negocio, los diferencia entre primarios (cuyos intereses están directamente relacionados con el destino de la empresa) y secundarios (aquellos que influyen de manera indirecta en una corporación y/o que son menos afectados de manera directa por las actividades de la organización).

- Por su representatividad, entre *stakeholders* directos (quienes dialogan por sus propios intereses) e indirectos (quienes dialogan en calidad de interlocutores de terceros).
- Según el control sobre los recursos estratégicos.
- En relación con la posesión de conocimientos y habilidades críticas o útiles para la consecución de objetivos.
- Por la capacidad de control del entorno.
- Según su implicación en la aplicación de la estrategia, entre *stakeholders* convergentes (cuya estrategia está alineada con la empresa) y divergentes (cuya postura es escasamente coincidente con la del negocio).

“De manera más sintética”, Vilanova y Dináres (2009) afirman que los *stakeholders* se clasifican en:

Ilustración 2. Clasificación de los stakeholders



Fuente: Tomado de Vilanova y Dináres (2009)

En el desarrollo de la gestión empresarial socialmente responsable, una de las tareas más complejas es la creación de relaciones de confianza con los *stakeholders*. Para esto resulta necesario que cada empresa diferencie sus grupos de interesados de manera que; “una vez”, escuchadas sus demandas y expectativas y definidos sus intereses y pedidos, sean incorporados en su visión, misión, objetivos, estrategias y políticas.

En función de la consideración que una empresa hace de los intereses de sus distintos *stakeholders*, es posible identificar dos modelos diferentes de gobierno. Uno de ellos se denomina “modelo de gobierno de los accionistas”. Este modelo está representado por el concepto tradicional de gobierno empresarial y se caracteriza por perseguir la maximización del valor de la empresa, para satisfacer con esto a los inversores. Esta maximización supone la concreción del valor central que guía esta filosofía: el crecimiento económico (Volpentesta et al., 2014). El modelo centra su atención en favorecer y privilegiar a los accionistas y sus intereses a través del aumento del valor de la empresa, lo que a su vez se ve reflejado en los mercados financieros.

El otro modelo, denominado “gobierno de los *stakeholders*”, persigue un objetivo más amplio que el de satisfacer únicamente los intereses del grupo de los accionistas, y su orientación es hacia la obtención de un equilibrio en la satisfacción de los intereses de todos los *stakeholders* de la empresa, entre los cuales se incluyen aquellos de los accionistas (Volpentesta et al., 2014). De este modelo, el valor central no es el crecimiento económico sino el desarrollo sostenible. El gobierno de la empresa sostenible busca crear valor de forma duradera, tanto para los accionistas como para la sociedad en su conjunto, a través de la satisfacción no solo de los objetivos de los inversionistas, sino de todas las partes interesadas.

Rivera y Malaver (2011) clasifican las siguientes fases de desarrollo del concepto de *stakeholders*:

- Primera fase: evidencia la necesidad de relacionar negocios y sociedad, algunos de sus autores fueron: Berle y Means, Boulding, Selekman, Pierson, entre otros.
- Segunda fase: con un enfoque en negocios – sociedad y responsabilidad social corporativa, entre sus autores están: Adams, Austin, Boulding, El-bing.
- Tercera fase: hay una sensibilización social corporativa, en donde están autores como Frederick, con quien el enfoque se direccionó hacia la responsabilidad

social corporativa

Al hablar de que la empresa tiene que maximizar el valor para sus *stakeholders*, es importante considerar, tanto el valor económico como el no económico:

Ilustración 3. Valor de stakeholders

Valores intrínsecos psicológicos	• Se forman en cada persona, como la satisfacción por el trabajo realizado.
Valores intrínsecos de aprendizaje	• Adquirido por el agente y no en la empresa, aunque no forma parte del valor económico creado, pero contribuiría en un futuro a la creación de valor económico.
Valores extrínsecos económicos	• Que son los llamados valores económicos propiamente dichos.
Valores extrínsecos inmateriales	• Como, por ejemplo: el reconocimiento, la formación, etc., que complementan los valores económicos.
Valores trascendentes	• Están en el campo de la ética, aprendizajes evaluativos que se generan en el agente producto de sus decisiones y las consecuencias que han tenido las mismas, condicionarán las decisiones dentro de las cuales se enmarcarán todos los demás valores.
Valores que son externalidades, positivas o negativas	• En agentes distintos a los que se trata la relación, pero tienen un impacto sobre esta.

Fuente: Tomado de Volpentesta et al. (2013)

“Así mismo”, en esta época es trascendental apostar por una comunicación transparente que involucre a los trabajadores y demás grupos de interés en la solución de los retos después de la crisis sanitaria. “Es así que”, la transparencia consiste en

compartir voluntariamente información de calidad con los grupos de interés, y se funda en el diálogo comprometido con ellos (Fontrodona y Muller, 2020). Lo que resalta que las empresas exitosas requieren una sociedad saludable, en la que no sólo existan condiciones de educación, salud y oportunidades de trabajo, “también” es necesario contar con condiciones que garanticen la seguridad de los consumidores, una eficiente utilización de los servicios públicos y garantía de buen gobierno.

Estas sociedades saludables llevan a un incremento en la demanda y por consiguiente al crecimiento del país. “Al mismo tiempo”, una sociedad saludable necesita compañías que generen empleos e ingresos y ofrezcan productos, lo que genera así un mejoramiento de la calidad de vida de sus grupos de interés.

1.3. COVID-19 y su impacto

La enfermedad causada por el virus SARS-Cov-2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*), se denomina COVID-19 (*coronavirus disease 2019*), la cual tiene su origen en el continente asiático, en la ciudad China de Wuhan, se estima que el virus proviene de un mercado de venta de animales exóticos para consumo humano donde las condiciones de higiene no son las adecuadas para su comercio, los científicos indican que la presencia del virus se detecta a los 15 días del contagio por lo que es imposible detectar con anticipación su presencia en humanos, al ser este la principal razón de su rápida propagación por todo el mundo (Fielding, 2020).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recibe el primer informe de que el COVID-19 se expande con gran rapidez; “por lo cual”, se considera que se trata de una potencial pandemia; “por lo que, al final del primer trimestre del 2020 existía un total de 470000 contagios en el mundo, lo que llevo a la mayoría de países a tomar medidas de prevención y protocolos como la cuarentena; “sin embargo”, países como España, Francia, Italia, Estados Unidos, entre otros europeos alcanzaron las cifras más altas de contagio al inicio de la pandemia lo que hizo que la economía mundial cayera a causa del cierre de varios sectores industriales (Shaoshuai, 2020).

La economía se ve afectada, mientras que el costo para la humanidad se hace incalculable y ningún país es inmune a los problemas que crea una pandemia; “es así que, la responsabilidad social empresarial y las políticas de los países tendrían que prepararse para situaciones como la que se presentó en el mundo, pues el COVID-19 afecta tanto a países desarrollados como a subdesarrollados; lo que, causa una serie encadenada a cada sector productivo; “es así que”, la actividad empresarial se ve con inconvenientes por los cierres obligatorios, y es ahí donde la responsabilidad social empresarial juega un rol fundamental para que cada parte interesada de la empresa no se vea afectada en gravedad, si no llevar el impacto de los acontecimientos a lo mínimo posible (Piacentini, 2020).

La crisis de salud pública y mundial ha impulsado cambios continuos en la sociedad y el lugar de trabajo; “sin embargo”, la enormidad del impacto de COVID-19 en las organizaciones corporativas y la economía global ha desencadenado un cambio insondable y sin precedentes en el paradigma y las prácticas de responsabilidad social corporativa mientras el mundo lucha por contener el virus (Livingston, Desai y Berkwits, 2020). La vulnerabilidad que representan las empresas durante esta pandemia deja decisiones desafiantes con respecto al comportamiento y el razonamiento ético. El COVID-19 ha otorgado a las grandes empresas el poder de controlar su gestión en materia de RSE tanto de forma positiva como negativa.

A nivel mundial varios laboratorios desarrollan una posible vacuna para terminar con la pandemia que causa el COVID-19, al ser la farmacéutica AstraZenca en conjunto con la universidad de *Oxford* quienes se encuentran en una etapa de éxito ante el desarrollo, se espera que para el inicio del año 2021 se empiece con la distribución a nivel mundial y se logre contrarrestar los efectos de la pandemia; “por lo que”, cada país empieza a volver a sus actividades normales con las normas de bioseguridad, es prioridad precautelar la salud de todos los ciudadanos del mundo (Fielding, 2020).

“En el contexto ecuatoriano”, las restricciones empezaron a finales de marzo por lo que se suspendieron todo tipo de actividad económica en los sectores industriales,

educativos y transportistas, los cuales tuvieron que decir adiós temporalmente a sus actividades normales. Al ser la ciudad de Guayaquil la más afectada al inicio de la pandemia en Ecuador las otras ciudades tomaron sus precauciones, lamentablemente no se pudo contener la pandemia y el sistema médico colapso en esta ciudad, por lo que se preveía una crisis sanitaria y económica, por lo que las empresas en el Ecuador debían tomar decisiones difíciles respecto a su nómina, a su producción y a toda su cadena de valor; “dado que”, las empresas con responsabilidad social empresarial aplican o reaccionan en base a sus buenas practicas con cada uno de sus *stakeholders* y en caso sus estrategias no se alinean a la realidad adaptarlas para preservar la buena relación con cada parte interesada de la empresa.

En el estudio realizado por López, Solórzano, Burgos y Mejía (2020), se enfatiza en que en el Ecuador muchas empresas han efectuado ajustes de personal, otras incluso han bajado sueldos y enviado a personas con síntomas a sus casa sin sueldo, por razón que en esta situación mientras menos personal asista a laboral de forma presencial habrá menos probabilidad que el virus se expanda; “no obstante”, se observa una disminución productiva porque las empresas se mantienen activas con menos trabajadores, lo que le acarrea una reducción en su nivel de ingresos.

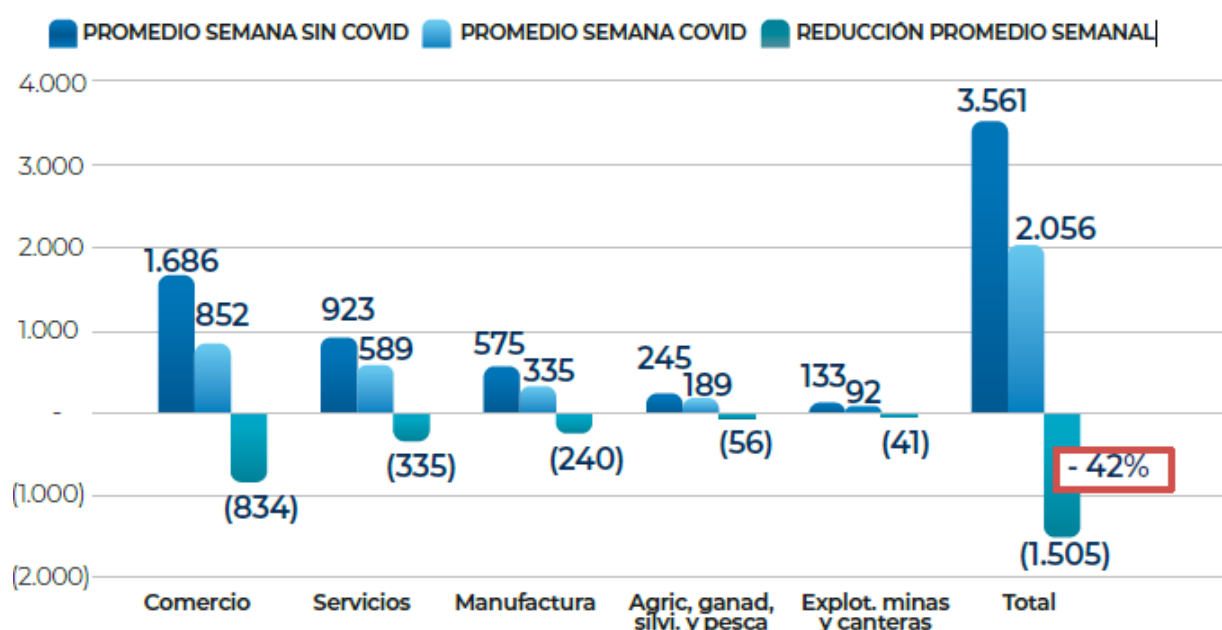
“Por tanto”, según Huilcapi, Troya y Wendy (2020) indistintamente del tamaño o tipo de empresa, en momentos de crisis, la estrategia fundamental se inclina hacia la transformación del modelo de negocio en determinada medida, en generar un valor compartido; “es decir”, aquel en el cual, con bienes y servicios, se cree el propio valor económico para el consumidor, se brinde un bienestar en un sentido absoluto pues esa es la tendencia de comportamiento del comprador contemporáneo.

El impacto del COVID-19 en las empresas ecuatorianas ha sido de gran magnitud, como lo muestra el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en su boletín informativo. En la ilustración 4 se observan las variaciones suscitadas en las ventas por sectores en una semana normal y en una semana con COVID-19. Se

aprecia que en su conjunto existe una disminución del 42% del promedio de ventas (USD 1.505 millones).

El análisis de las ventas promedio semanales evidencia una fuerte reducción, que para el sector comercio alcanza un 49% (USD 834 millones); seguido por la manufactura con 42% (USD 240 millones); el sector servicios con el 36% (USD 335 millones); y, la agricultura con el 23% (USD 56 millones).

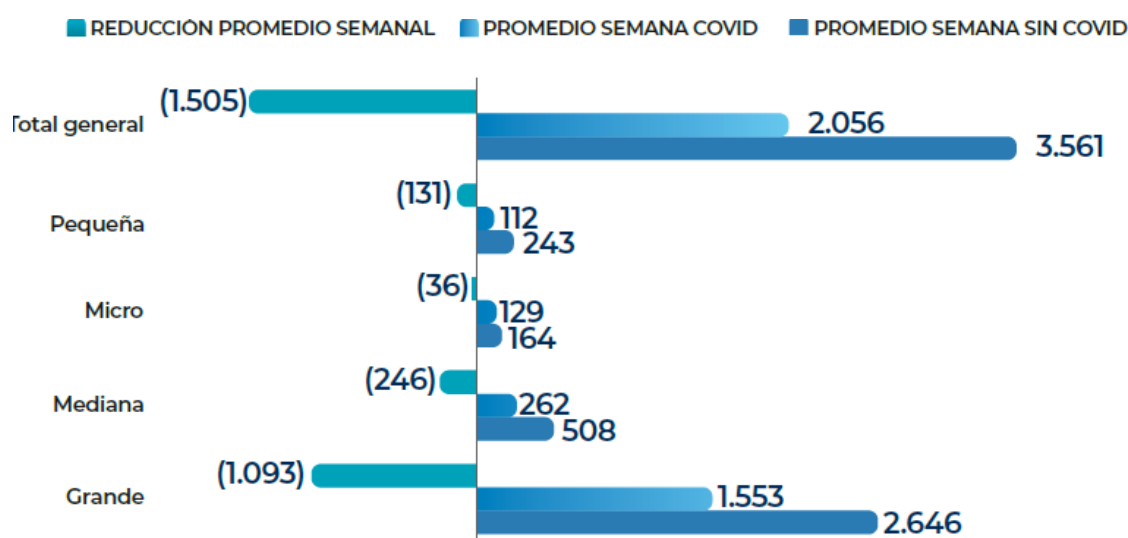
Ilustración 4. Afectación en ventas por sector (En millones USD)



Fuente: tomado del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020)

“Como ya se indicó”, el impacto general para las empresas es una reducción del 42% en su nivel de ventas; “sin embargo”, los segmentos que superan este porcentaje son las medianas y pequeñas empresas, con el 48% (USD 246 millones) y 54% (USD 131 millones) respectivamente. En el caso de las grandes empresas disminuyen en 41% (USD 1.093 millones).

Ilustración 5. Afectación en ventas por tamaño de empresa (En millones USD)



Fuente: tomado del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020)

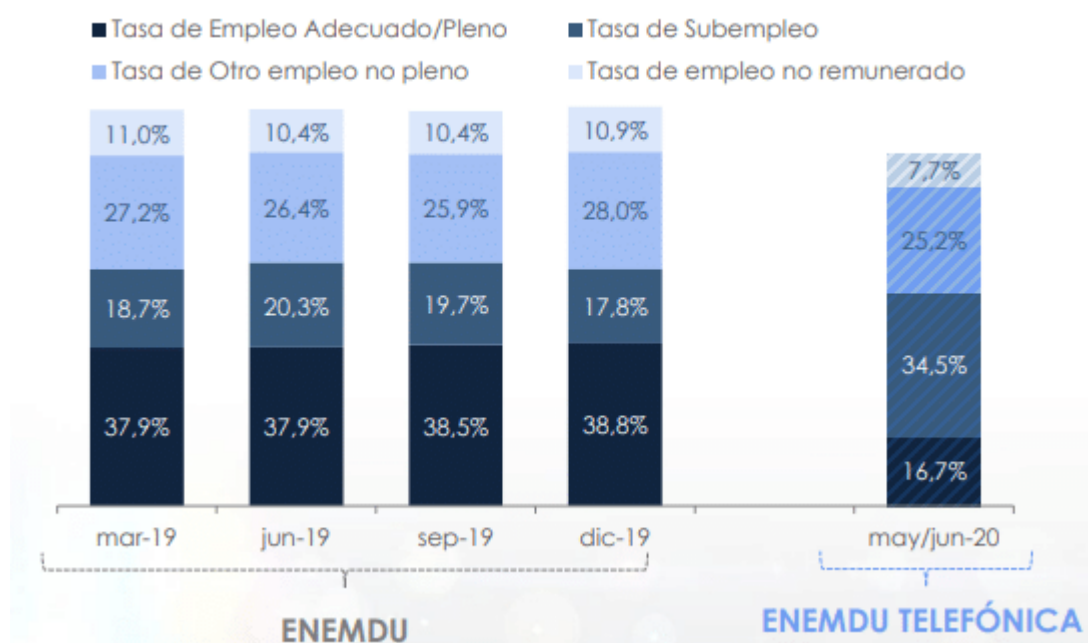
“Por otro lado”, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020) aplicó una encuesta a un universo de 78 empresas, cuyos resultados arrojaron lo siguiente:

La mayoría de empresas disminuyeron su capacidad operativa en relación a la capacidad instalada, un 37% afirma que se encuentran activas hasta un 20%. “Por otro lado”, señalan que los precios de los insumos, mercaderías y materias primas aumentaron y presentaron inconvenientes en su abastecimiento, lo que afectó aún más su operatividad. “En consecuencia”, han logrado mantener su nómina completa por alrededor de 7 y 8 semanas, mientras que otras solo la mantuvieron por dos semanas.

Durante el primer trimestre de la pandemia, la mayoría (43) de empresas mantuvieron el número de trabajadores, en relación al mismo periodo del año 2019, puesto que optaron por el teletrabajo y cambios en la jornada laboral; “no obstante”, 32 empresas disminuyeron la cantidad de trabajadores, por tanto, terminaron con el contrato laboral.

En relación al mercado laboral, a raíz de la emergencia sanitaria por el COVID-19, se desencadena una de las peores crisis de la historia. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2020), realiza su Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo de los meses de mayo y junio, cuyos resultados muestran que la tasa de empleo adecuado bajó al 17%, mientras que en el 2019 era del 39%. Estas caídas pronunciadas se entienden que son por despidos, reducción salarial y de la jornada laboral que fue aplicada a muchos empleados a lo largo del año. “Por otra parte”, se observa que en el 2020 se ha invertido la situación para el subempleo debido a que pasó del 18% en el 2019 al 35% en el 2020.

Ilustración 6. Impacto del COVID-19 en el mercado laboral ecuatoriano



Fuente: tomado del INEC (2020)

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de investigación, enfoque e instrumentos

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo a causa de que se basa en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández, Fernández y Baptista, 2014); “es decir”, se aplica el enfoque cuantitativo con el objetivo de analizar los componentes de responsabilidad social empresarial de las empresas ambateñas frente al COVID-19 e identificar el impacto que este tiene en los *stakeholders*, con base de un proceso ordenado para recoger datos medibles de fuentes válidas.

El alcance de la investigación es transeccional, puesto que se estudia una situación existente tal y como se presenta para posteriormente analizarla; “además”, se realiza sin manipular deliberadamente las variables, y se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural (Dzul, 2010). “Por tanto”, se realiza una única medición y simultánea de los datos disponibles sobre los componentes de responsabilidad social empresarial de las empresas ambateñas frente al COVID-19 para determinar su impacto en los *stakeholders*; “es decir”, los datos se recogen por una sola vez con el propósito de describir las variables en estudio.

La población esta se define como el conjunto de personas, objetos o entidades que cumplen con ciertas características definidas por el investigador (Alvarado, 2014). En esta investigación la población está integrada por 95 empresas de la ciudad de Ambato clasificadas como Grandes según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros como se describe en la siguiente tabla:

Tabla 1. Población

Tipo de compañía	Tamaño	Cantidad
Anónima	Grande	46
Responsabilidad Limitada	Grande	49
Total		95

Fuente: elaborado a base del Reporte Rankin de la Superintendencia de Compañías (2019).

La muestra es una parte de la población cuyos elementos se eligen de modo que sean representativos de todo el colectivo (Pérez, Caso, Río y López, 2012). Por consiguiente, para determinar la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N = tamaño de la población.

n = tamaño de la muestra.

e= margen de error (0,05)

p= Posibilidad de ocurrencia (0,5)

q= posibilidad de no ocurrencia (0,5)

Z= Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 * 0,5 * 95}{0,05^2 * (95 - 1) + 1,96^2 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{91.238}{1.1954}$$

$$n = 76.32$$

$$n = 76 \text{ empresas}$$

Como técnica para recoger información se utiliza la encuesta y como instrumento un cuestionario de preguntas; se ha considerado utilizar una encuesta; pues, permite

recopilar información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de pregunta, la cual garantiza que la información proporcionada por la muestra encuestada sea analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean fiables (Grande y Abascal, 2005).

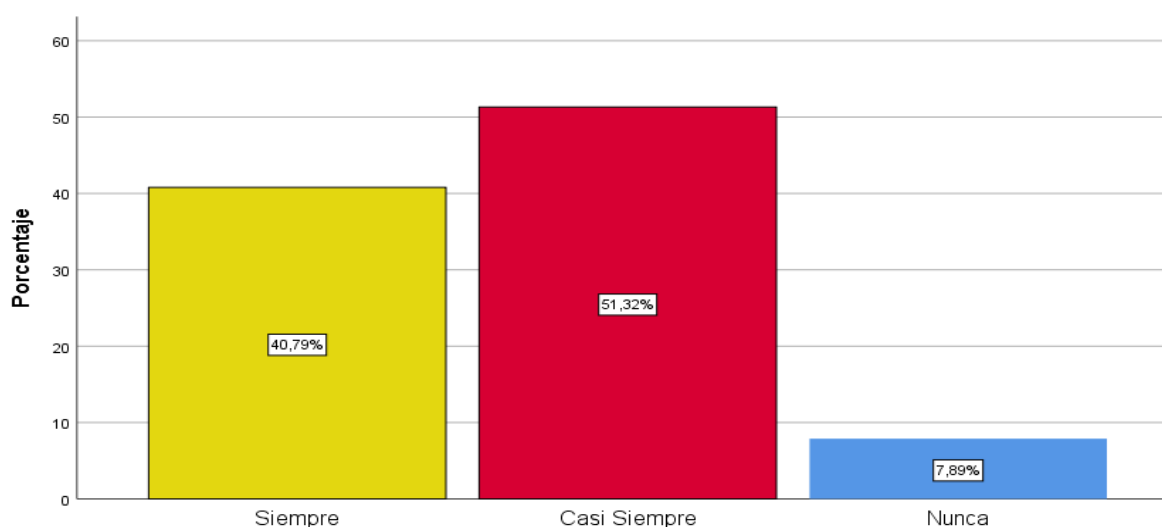
2.2. Análisis e interpretación de resultados

La encuesta se aplicó a un total de 76 representantes de las empresas que se encuentran categorizadas como grandes de la ciudad de Ambato según la Superintendencia de Compañías, los resultados obtenidos fueron tabulados en el software SPSS y presentada en gráfico de barras.

“A continuación”, se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos:

Pregunta 1. ¿Considera usted que la empresa es socialmente responsable? Frente al COVID-19.

Ilustración 7. La empresa es socialmente responsable



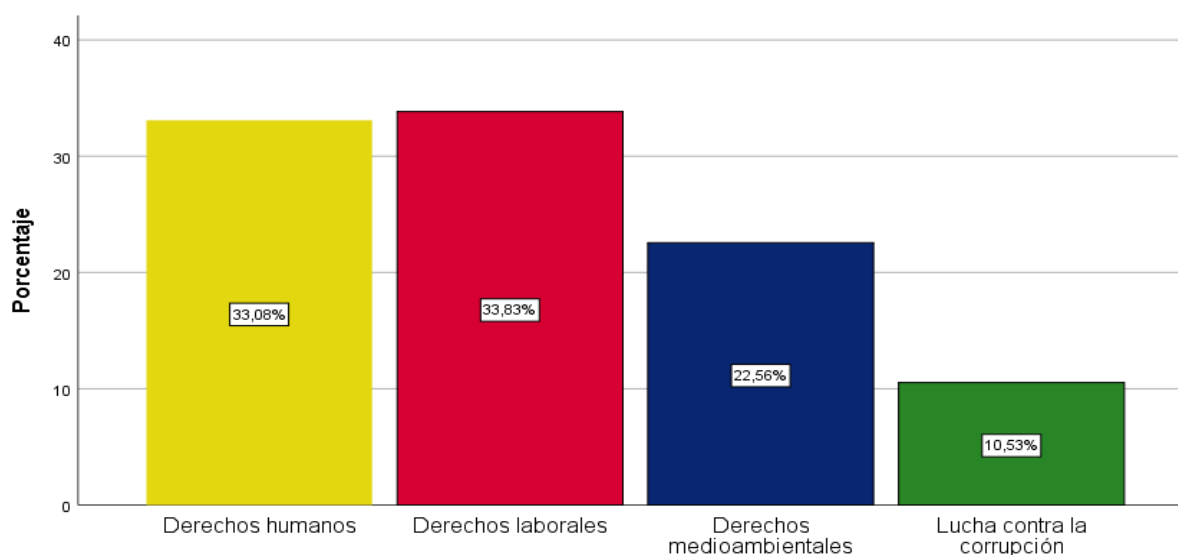
Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

De los 76 encuestados el 51.32% indica que la empresa es socialmente responsable casi siempre, un 40,79% considera que lo es siempre y un 7,89% señala que nunca lo es. Para la mayoría de los encuestados, las empresas de la ciudad de Ambato clasificadas como Grandes según la Superintendencia de Compañías si son socialmente responsables, al tomar en cuenta que en la actualidad las empresas han empezado a concientizar sus acciones no solo en la generación de recursos económicos; “sino también” en la generación de bienestar social y ambiental. Según Saá, Vasco, Holovaty y Donso (2020), la RSE genera valor principalmente para sus Proveedores, Clientes, Medio ambiente, Comunidad, Público Interno, y a su vez para la sociedad en general.

Pregunta 2. ¿Cuáles son las áreas de la responsabilidad social empresarial en las que se enfoca la empresa? Frente al COVID-19.

Ilustración 8. Áreas de la responsabilidad social empresarial



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

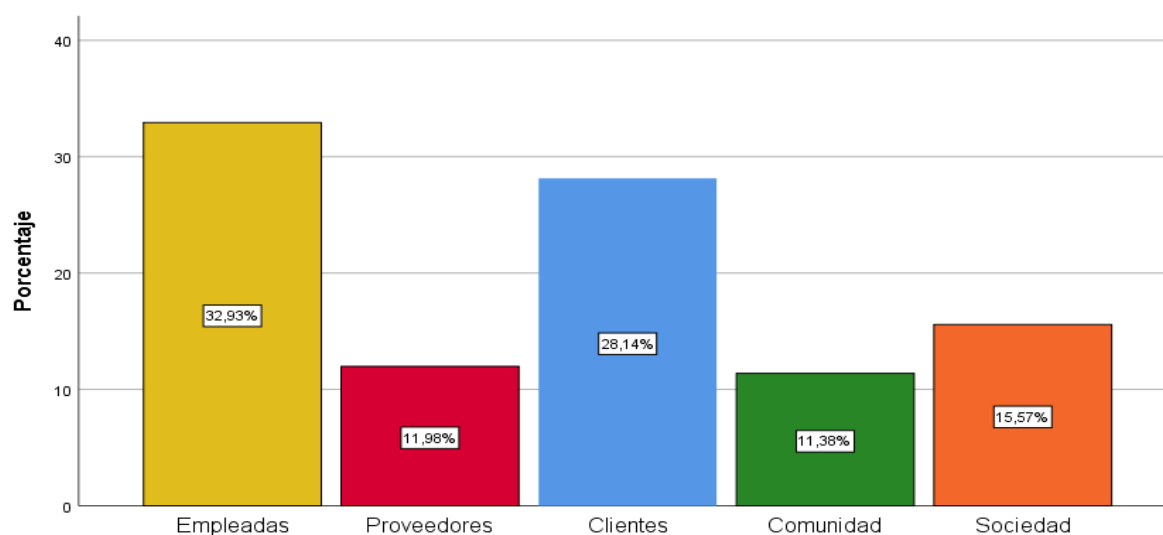
Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 33,83% de los encuestados indican que el área de la responsabilidad social empresarial en las que se enfoca la empresa es derechos humanos, un 33,83% indica que se enfoca en los derechos laborales, un 22,56% se orienta a los derechos medioambientales y un 10,53% apunta en la lucha contra la corrupción.

“De este modo”, se evidencia que gran parte de las empresas analizadas enfocan la responsabilidad social en los derechos humanos y laborales; “no obstante”, es importante que se construya estrategias donde la empresa impacte de manera positiva en sus clientes, lo que busca la satisfacción y el desarrollo profesional de sus colaboradores, el medio ambiente y a la comunidad que lo rodea. De acuerdo a Freire, Govea y Hurtado (2018), la RSE implica un compromiso para desarrollar y divulgar a los interesados mediante la acciones y comunicación corporativa.

Pregunta 3. ¿Frente a la emergencia sanitaria quienes fueron su prioridad?

Ilustración 9. Frente a la emergencia sanitaria quienes fueron su prioridad



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 32,93% de encuestados afirma frente a la emergencia sanitaria los empleados fueron su prioridad, el 28,14% indica que fueron los clientes, un 15,57% señala que su prioridad es la sociedad en general, el 11,98% los proveedores y el 11,38% priorizo la comunidad.

“Acorde a los resultados”, se observa que gran parte de las empresas analizadas dio prioridad a sus empleados y clientes; esto en contraste con las medidas impuestas por el gobierno nacional, pues se adoptaron medidas para que los trabajadores conservaran sus puestos de trabajo, lo que crea varias actividades económicas el teletrabajo, y en otras, se redujo la jornada laboral; “además”, de adoptar medidas de bioseguridad.

Pregunta 4. ¿Cuáles son los principales grupos de interés de la empresa? Frente al COVID-19.

Ilustración 10. Principales grupos de interés de la empresa



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

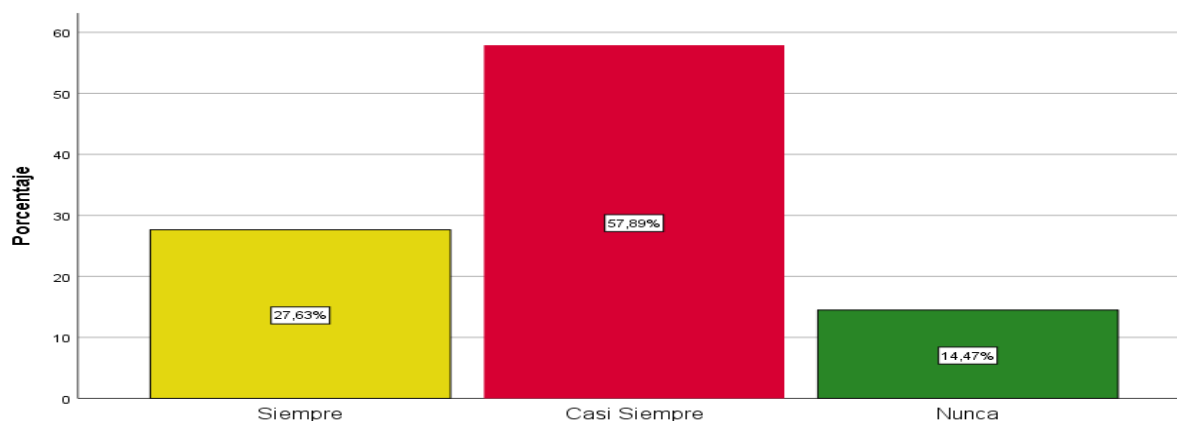
El 32,93% de los encuestados afirma que los principales grupos de interés de la empresa son los clientes, para el 28,14% son los empleados, el 20,96% indica que son

los proveedores, el 9,98% se enfocan en la comunidad, en menor proporción se enfoca en la sociedad y un 0,60% no lo sabe.

Se observa que gran parte de las empresas analizadas presentan responsabilidad social con sus clientes y sus trabajadores; “por una parte”, la satisfacción de los clientes garantiza los ingresos por concepto de la venta de los productos y/o servicios; por otra parte, los empleados son parte fundamental en la elaboración de los productos y/o prestación del servicio; “además”, se encargan del desarrollo de las actividades de las diferentes áreas que integran la empresa. “En contraste”, Ortiz, Sarango, Valladares y Santos (2018) aseveran que el comportamiento responsable aporta positivamente a la creación de valor para los *stakeholders* de la organización. “Por ende”, al accionista se le garantiza un uso adecuado de su capital; al cliente se le ofrecen precios y servicios de calidad; a los proveedores se retribuyen precios justos y a los trabajadores se les proporciona una remuneración justa y beneficios sociales, que generen estabilidad y motivación.

Pregunta 5. En la empresa ¿se práctica la responsabilidad social con base a los 7 ejes de la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 11. Responsabilidad social en la empresa con base a los 7 ejes de la RSE



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

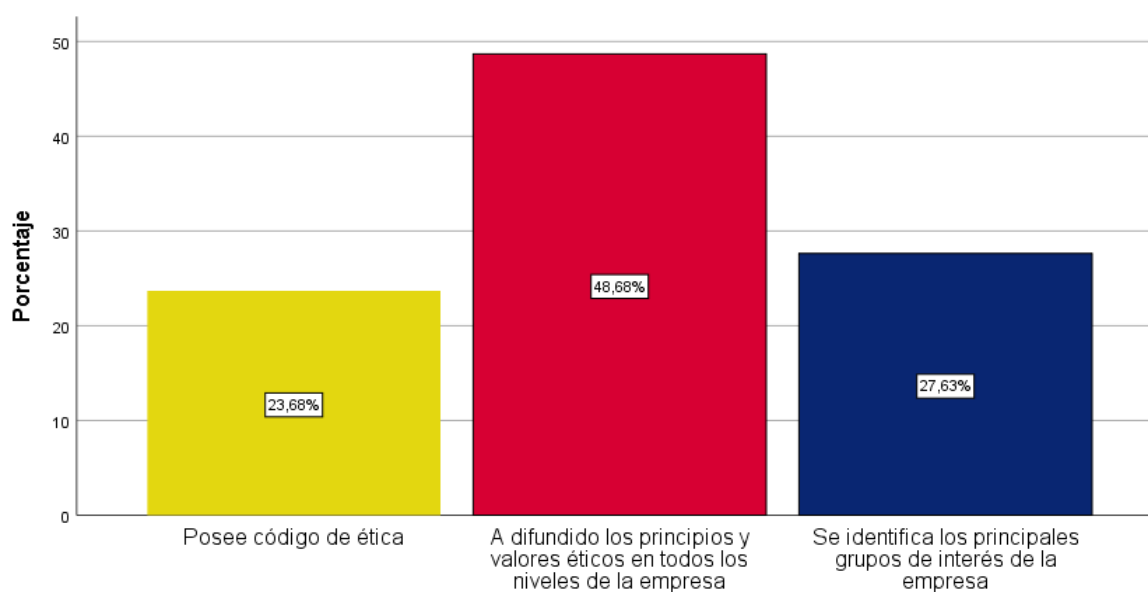
Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 57,89% de los encuestados afirman que casi siempre se práctica la responsabilidad social en la empresa con base a los 7 ejes de la RSE, un 27,63% asevera que lo practica siempre y un 14,47% indica que nunca lo hace.

La mayoría de las empresas encuestadas procura practicar la responsabilidad social empresarial con base en los 7 ejes de la RSE; “no obstante”, en su totalidad pues como se ha mencionado se enfocan principalmente en los derechos humanos y sus trabajadores.

Pregunta 6. Respecto a la gobernabilidad ¿Cómo práctica la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 12. Respecto a la gobernabilidad



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

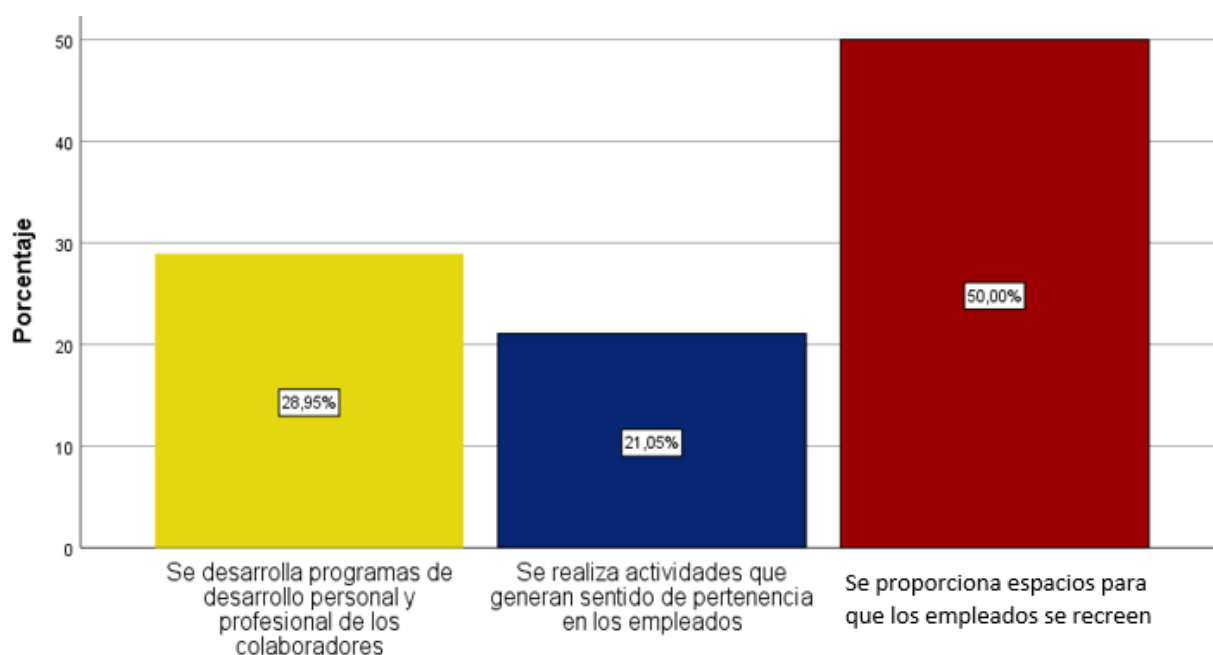
El 48,68% de los encuestados señala que practica la RSE difunde los principios y valores éticos en todos los niveles de la empresa, el 27,63% indica que identifica los

principales grupos de interés, mientras que el 23,68% manifiesta que posee un código de ética.

La gobernabilidad es el sistema por el cual las empresas son dirigidas y manejadas (Alvear, 2020); “en efecto”, su punto de partida es alcanzar conciencia social y compromiso organizacional con sus colaboradores, pues son una parte importante para lograr una empresa socialmente responsable.

Pregunta 7. Respecto al público interno ¿Cómo practica la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 13. Respecto al público interno



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

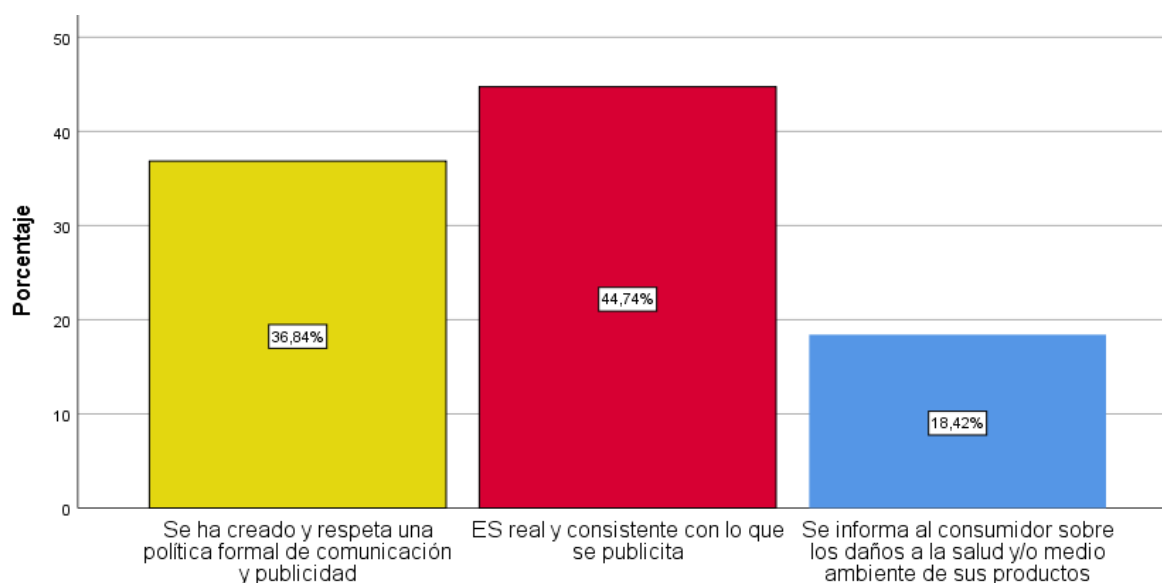
Respecto al público interno, el 50% de los encuestados afirman que proporcionan espacios para que los empleados se recreen, el 28,95% indican que realizan

programas de desarrollo personal y profesional para los colaboradores y un 21,05% señala que efectúa actividades que generan sentido de pertenencia en los empleados.

“Puesto que”, en la actualidad ya no solo es necesario pensar en el bienestar de los colaboradores, “si no también”, enfatizar sus esfuerzos en generar felicidad; evalúan las plantillas, en la búsqueda de su realización laboral; en vista de que, el contar con un talento humano satisfecho se logrará una un mejor desempeño laboral, incremento de su nivel productivo para garantizar un mejor rendimiento económico en la empresa.

Pregunta 9. Respecto al Mercadeo Responsable ¿Cómo práctica la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 14. Respecto al Mercadeo Responsable ¿Cómo práctica la RSE?



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

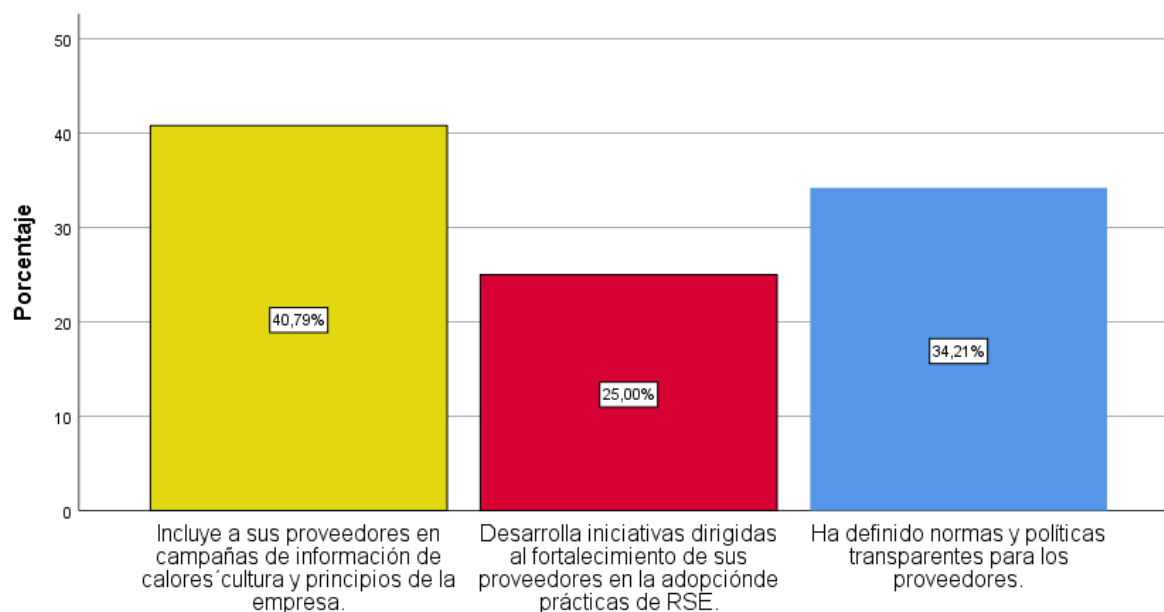
Respecto al Mercadeo Responsable, el 44,74% afirma que la empresa es real y consistente con lo que publicita, el 36,84% manifiesta que han creado y respetan una política formal de comunicación y publicidad; “mientras que”, un 18,42% asegura que

informan al consumidor sobre los daños a la salud y/o medio ambiente, de sus productos.

El mercadeo responsable de las empresas analizadas concibe la idea de no guiarse solo por el ánimo de lucro, sino que consideran reforzar los valores sociales y éticos, en beneficio de los ciudadanos. Como lo menciona Moreno (2015), las empresas establecen procedimientos para garantizar un comportamiento ético en todos los procesos de ventas, marketing, distribución y desarrollo de productos o apertura de mercados.

Pregunta 9. Respecto a los Proveedores ¿Cómo práctica la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 15. Respecto a los Proveedores



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

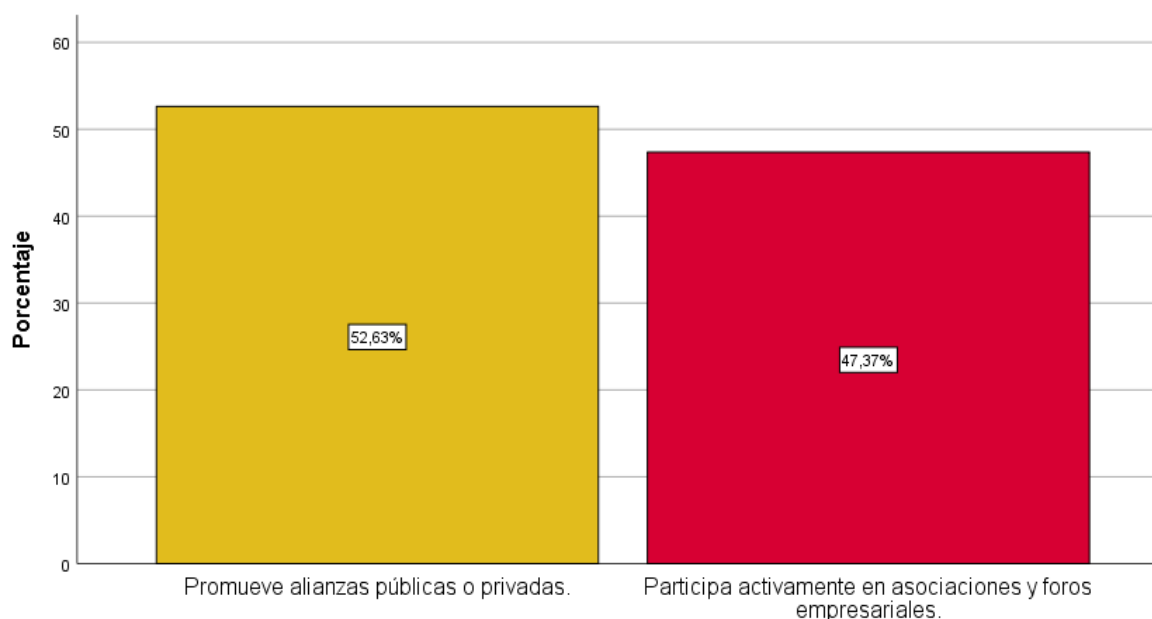
Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

Respecto a los proveedores, en el gráfico anterior se visualiza que el 49,79% de los encuestados incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa, el 34,21% indica que han definido normas y políticas transparentes para gestionar los proveedores y un 25% manifiesta que desarrolla iniciativas dirigidas al fortalecimiento de sus proveedores en la adopción de prácticas de RSE.

La relación entre la empresa y su proveedor se basa en el control y la responsabilidad que una organización tiene en las actividades y decisiones de un proveedor y como está influye en el desarrollo de programas que tiendan a mejorar su desempeño en este aspecto a través del concepto de ganar/ganar.

Pregunta 10. Respecto a la Política ¿Cómo practica la RSE? Frente al COVID-19.

Ilustración 16. Respecto a la Política



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

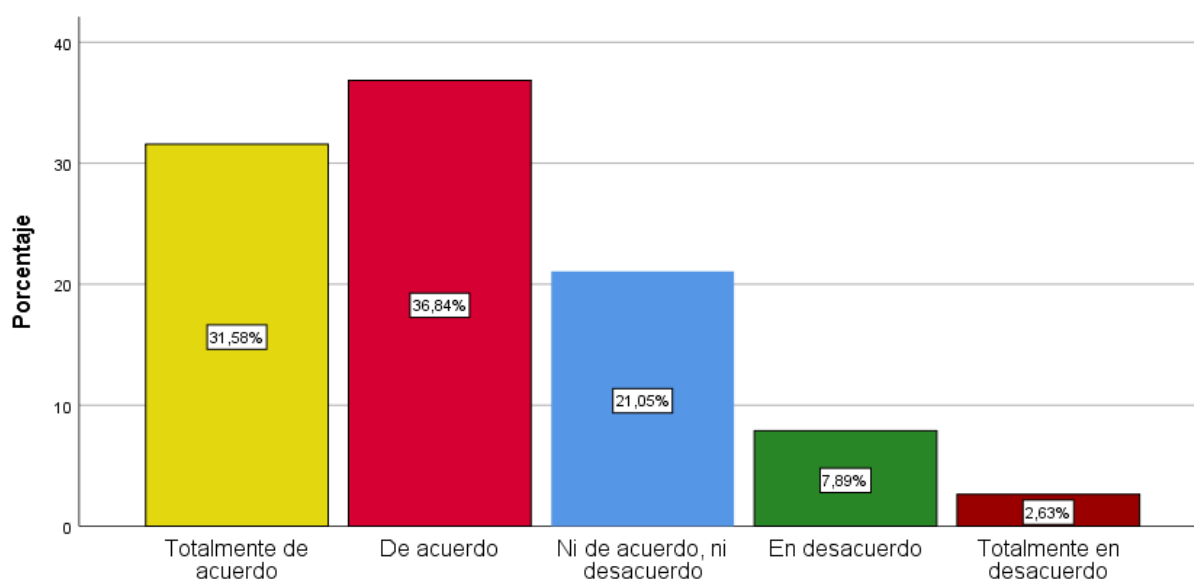
Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 52,63% de los encuestados señalan que promueven alianzas públicas o privadas y el 47,37% indica participar activamente en asociaciones y foros empresariales.

En los últimos años, muchas empresas promueven alianzas publicas/privadas con la finalidad de aportar en el desarrollo social de la colectividad, sin olvidarse, el lado estratégico se incluye activamente en foros empresariales. Viteri, (2020) indica que muchas de las empresas ecuatorianas asumen públicamente sus compromisos, relacionados a su público interno, o con el futuro, el mantenimiento de recursos naturales, la promoción de la diversidad, entre otros. “Además”, generan ámbitos de contacto y dialogo con otras organizaciones para el tratamiento y la resolución de sus dilemas.

Pregunta 11. ¿Las políticas internas le han permitido actuar con RSE durante el confinamiento por el COVID-19?

Ilustración 17. Políticas internas



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

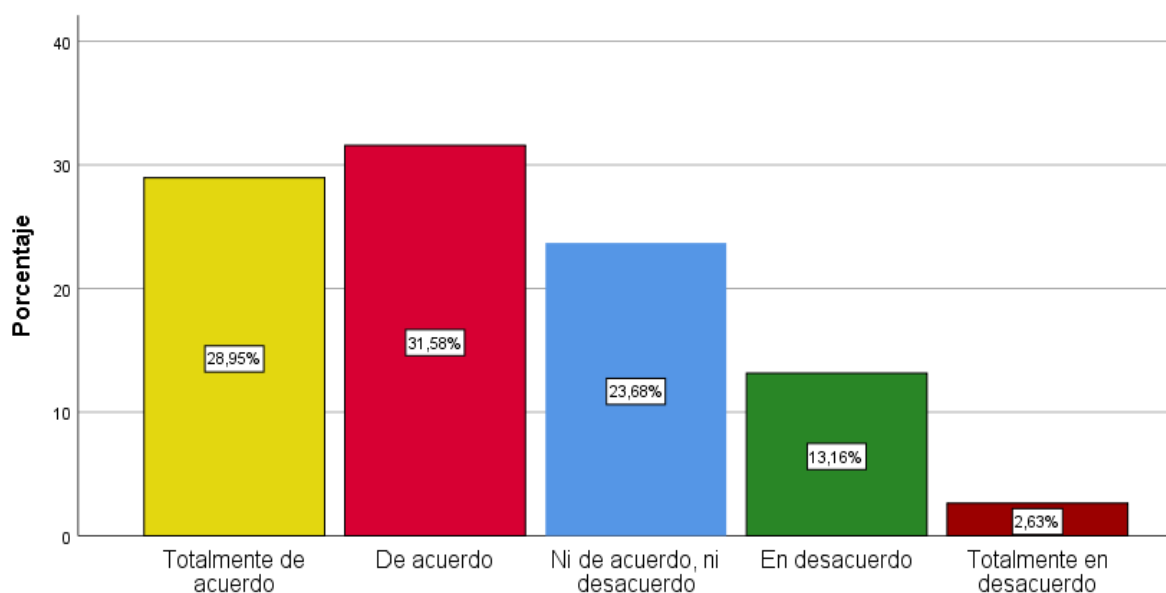
Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 31,58% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 36,84% está de acuerdo en que las políticas internas le han permitido actuar con RSE durante el confinamiento por el COVID19, un 21,05% no está de acuerdo ni en desacuerdos, un 7,89% está en desacuerdo y un 2,63% está totalmente en desacuerdo.

“Se evidencia que”, en gran parte de las empresas analizadas, las políticas internas les ha permitido actuar con responsabilidad social durante el confinamiento. Esto demuestra que es fundamental que en una organización se establezca de manera formal políticas que garanticen la estabilidad de una empresa en épocas de emergencia y que permitan mantenerse en el mercado.

Pregunta 12. ¿La empresa contaba con los recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento provocado por el COVID-19?

Ilustración 18. Recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento



Fuente: tomado a partir de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato (2020)

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

El 31,68% de los encuestados están de acuerdo y 28,95% está totalmente de acuerdo en que la empresa contaba con los recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento provocado por el COVID-19, el 23,68% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 13,16% está en desacuerdo y el 2,63% está totalmente en desacuerdo.

Más del cincuenta por ciento de las grandes empresas de la ciudad de Ambato contaban con los recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento provocado por el COVID-19; “por lo cual”, actuaron con responsabilidad con sus trabajadores y con la sociedad en general.

Pregunta 13. Respecto a sus trabajadores ¿Qué medidas adoptó la empresa para enfrentar el confinamiento provocado por el COVID-19?

De acuerdo con los resultados obtenidos, entre las medidas que adoptaron las empresas para enfrentar el confinamiento se encuentran las siguientes:

Suspensión de actividades por un mes; “en el cual”, los colaboradores que quisieran volver a trabajar serían bien recibidos y remunerados quienes aún decidan estar en confinamiento no percibirían el sueldo de los días no trabajados, lo que garantiza que ningún colaborador ha sido despedido.

Gran parte de las empresas encuestadas implementaron normas y controles de bioseguridad; “tanto”, para los empleados como para los clientes. A los trabajadores brindaron equipamiento, implementaron dispensadores, artículos para desinfección en las empresas; “así mismo”, efectuaron un acercamiento por medio de charlas sobre la prevención y el cuidado ante el COVID-19.

Otras de las medidas adoptadas, fueron la reducción de carga horaria y facilidades en el horario de trabajo para quienes era indispensable el asistir a puestos de trabajo, al

tener la opción de teletrabajo para quienes podían cumplir con sus funciones de este modo.

La medida que cabe resaltar es la adoptada por una de las empresas encuestadas, pues menciona que en la avícola se creó una tienda con el fin de que las personas no salgan de la granja; “además”, contrataron un profesional para que brinde clases a los hijos de los trabajadores, por lo que se tomó en cuenta que la mayoría de ellos no tienen acceso a internet.

Pregunta 14. Para brindar atención a los clientes ¿Qué tipo de medidas ha definido la empresa para proteger a sus trabajadores?

Respecto a las medidas que las empresas adoptaron para proteger a sus trabajadores para que brinden una adecuada atención a los clientes, indican que se adoptaron medidas de bioseguridad, al entregar trajes y suplementos desinfectantes.

“Además”, promovieron mantener el distanciamiento durante la jornada laboral, el trabajo bajo protocolos de bioseguridad; así mismo, realizan exámenes de COVID-19 mensualmente con el propósito de evitar el contagio dentro de la empresa.

Varias empresas implementaron la atención vía online, otras atienden a sus clientes en sus vehículos; “también”, ofrecen servicio a domicilio, facilidades de pago, promociones.

Al tomar en cuenta que el cumplimiento de la Responsabilidad Social no se hace por exigencia o imposición, sino por voluntad propia, por ética o consciencia individual y empresarial y como una forma de correspondencia de las empresas con la sociedad en la que opera, en la que se desarrolla y para la cual trabaja (Villacis, Suárez y Guillín, 2016).

CAPÍTULO III. MEJORES PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS AMBATEÑAS

“Sin lugar a dudas”, la práctica de responsabilidad social para empresas socialmente responsables en tiempos de crisis abarca diversas estrategias donde la organización impacta de manera positiva en sus *stakeholders*, se focaliza en la satisfacción y el desarrollo profesional de sus colaboradores, en el medio ambiente y en la comunidad que lo rodea.

La visión de la organización manifiesta claramente un propósito, basado en su preocupación por la comunidad y el planeta para superar los daños ocasionados por la pandemia; “además”, vincular su misión con los objetivos sociales de la agenda 2030 como su contribución al desarrollo empresarial que contrarreste el impacto del COVID-19.

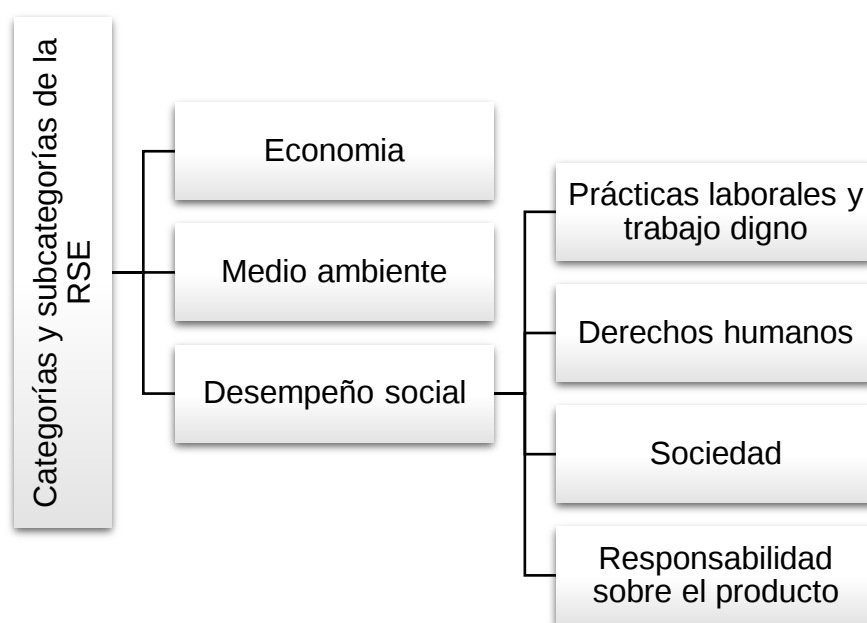
Se hace referencia a los principios de responsabilidad social de la mano de la gobernabilidad, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, el respeto a los consumidores, las prácticas justas de operación y su relación con la comunidad cómo describen las siete materias de responsabilidad social.

La pandemia trajo consigo muchas enseñanzas, una de las más importantes para las empresas han sido las alianzas estratégicas, en donde el apoyo mutuo ha sobresalido para superar esta crisis mundial, por lo que el impacto de la RSE genera una cultura empresarial que es importante dar a conocer, la misma que es el resultado del compromiso interno, así como queda en evidencia su reputación para el entorno, lo que sirve de apoyo para su crecimiento y buen nombre a causa de las decisiones tomadas en la pandemia y post pandemia.

“Es decir”, la responsabilidad social está determinada por la manera en cómo las organizaciones manejan sus actividades que toma en cuenta el impacto que éstas tienen respecto a la sociedad y el entorno en el que se desenvuelven; “por tanto”, en

este proyecto de investigación se propone prácticas de responsabilidad social para empresas socialmente responsables en tiempos de crisis, con base las siguientes categorías y subcategorías:

Ilustración 19. Categorías y subcategorías de la RSE



Fuente: Global Reporting Initiative (GRI)

Con base a las categorías y subcategorías de la RSE señaladas, se define los indicadores básicos que las grandes empresas implementarían para lograr una eficiente gestión basada en la responsabilidad social, lo que a largo plazo permitirá afrontar con éxito épocas de crisis.

- **Economía**

En el siguiente cuadro se describen las prácticas a considerar por las empresas ambateñas en relación al desempeño económico, presencia en el mercado, consecuencias económicas indirectas y prácticas de adquisición, conjuntamente con sus indicadores:

Cuadro 3. Economía

Aspecto	Práctica	Indicadores
Desempeño económico	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su actividad económica. Recepción de apoyo económico otorgado por entes del gobierno. Análisis de las consecuencias económicas y otros riesgos de oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Valor económico directo generado y distribuido ante los beneficiarios internos y externos.
Presencia en el mercado	Análisis periódico del posicionamiento de la marca de la empresa en el mercado. Establecimiento de acciones para mejorar el posicionamiento de la marca en el segmento de mercado al cual pertenece la empresa.	Nivel de posicionamiento de la empresa en el mercado.
Consecuencias económicas indirectas	Definición de acciones para afrontar problemas de liquidez.	Impactos económicos indirectos significativos.
Prácticas de adquisición	Desarrollo de planes presupuestarios.	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores.

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

Medio ambiente

En el cuadro 4 se definen las prácticas e indicadores propuestos sobre los aspectos relacionados con el medio ambiente, como: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, efluentes y residuos, productos y servicios, cumplimiento regulatorio, transporte, evaluación ambiental de los proveedores y mecanismos de reclamación ambiental.

Cuadro 4. Medio Ambiente

Aspecto	Prácticas	Indicadores
Materiales	Materiales por peso o volumen.	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.

Aspecto	Prácticas	Indicadores
Energía	Disminución del consumo energético. Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Nivel de consumo energético.
Agua	Captación total de agua según la fuente. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.
Biodiversidad	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.	Impactos significativos sobre la biodiversidad por el desarrollo de la actividad productiva.
Emisiones	Determinación de la intensidad de las emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero. Definición de acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.	Número de acciones definidas para contrarrestar la emisión de gases de efecto invernadero.
Efluentes y residuos	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización. Establecimiento de los parámetros de gestión de residuos.	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
Productos y servicios	Definición de acciones para mitigar el impacto ambiental de los productos y servicios.	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil.
Cumplimiento regulatorio	Establecimiento de políticas internas para la gestión ambiental.	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.
Transporte	Identificación de los impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	
General	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.	Porcentaje de gastos destinados para la protección del medio ambiente.
Evaluación ambiental de los proveedores	Políticas para gestionar proveedores con base a criterios ambientales.	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto

Aspecto	Prácticas	Indicadores
Mecanismos de reclamación ambiental	Definición de mecanismos formales de reclamación ambiental.	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

Desempeño Social

En el cuadro 5 se presentan los indicadores propuestos para las subcategorías: prácticas laborales y trabajo digno, sociedad y responsabilidad sobre productos; el primero contempla el empleo, relación entre los trabajadores y la dirección, salud y seguridad en el trabajo, capacitación y educación, diversidad e igualdad de oportunidades, igualdad de retribución entre mujeres y hombres, evaluación de las prácticas laborales de los proveedores, mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales, inversión, no discriminación, libertad de asociación y negociación colectiva, medidas de seguridad, derechos de la población indígena, evaluación, evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos, mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos; el segundo abarca aspectos sobre las comunidades locales, lucha contra la corrupción, política pública, prácticas de competencia desleal, cumplimiento, evaluación de la repercusión social de los proveedores y mecanismos de reclamación por impacto social, finalmente, el tercero engloba aspectos relacionados a salud y seguridad de los clientes, etiquetado de los productos y servicios, comunicaciones de mercadotecnia, privacidad de los clientes y cumplimiento regulatorio.

Cuadro 5. Desempeño social

Subcategoría	Aspecto	Indicadores
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO	Empleo	Tasa de contrataciones y rotación media de empleados. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa conforme lo establece la normativa laboral vigente. Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras eventos adversos.

	Relación entre los trabajadores y la dirección	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.
	Salud y seguridad en el trabajo	Porcentaje de trabajadores afiliados al IESS. Tasa de trabajadores que presentan algún tipo de enfermedad catastrófica, discapacidad etc.
	Capacitación y educación	Promedio de horas de capacitación anuales. Programas de gestión de habilidades y formación continua. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición de los órganos de gobierno.
	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.
	Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.
	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.
	Inversión	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. Horas de formación de los empleados sobre las políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos vinculados a sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.
	No discriminación	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.
	Libertad de asociación y negociación colectiva	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos se infringirían o estarían amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.
	Medidas de seguridad	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.
	Derechos de la población indígena	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.
	Evaluación	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.
	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.

		Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.
	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.
SOCIEDAD	Comunidades locales	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.
	Lucha contra la Corrupción	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.
	Política pública	Valor de las contribuciones políticas referente a la RSE.
	Prácticas de competencia desleal	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.
	Cumplimiento	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa vigente.
	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.
	Mecanismos de reclamación por impacto social	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS	Salud y seguridad de los clientes	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de incidentes.

	Etiquetado de los productos y servicios	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.
	Comunicaciones de Mercadotecnia	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
	Privacidad de los clientes	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.
	Cumplimiento regulatorio	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

Una vez definidas las prácticas de responsabilidad social para empresas socialmente responsables con base a las categorías y subcategorías de la RSE, se procede a proponer prácticas para cada uno de los *Stakeholders*:

Cuadro 6. Stakeholders

Stakeholders	Prácticas	Indicadores
Empleados	Compensación y beneficios ajustados al cargo que desempeñe el trabajador	Relación del salario básico unificado
	Formación y desarrollo	Nivel de productividad de los trabajadores
	Diversidad	Porcentaje de empleados de diferente género y raza que laboran en la empresa.
	Salud y seguridad	Ratios de accidentes y absentismo
	Comunicación con los directivos	Políticas de comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos
Clientes	Seguridad y calidad de los productos	Número de productos retirados del mercado
	Gestión de las quejas de los clientes	Número de quejas de los clientes Procedimientos para responder a las quejas

Stakeholders	Prácticas	Indicadores
	Accesibilidad para personas discapacitadas	Disponibilidad y naturaleza de las medidas adoptadas para asegurar el servicio a los clientes con discapacidad
Inversores	Transparencia en las comunicaciones a los accionistas	Procedimientos para mantener a los accionistas informados sobre las actividades corporativas
	Derechos de los accionistas	Frecuencia y tipo de litigios en tono a la violación de los derechos de los accionistas
Proveedores	Procurar la adquisición de materia prima, suministros, etc. A proveedores nacionales	Porcentaje de proveedores nacionales
	Fomentar la adquisición a proveedores minoritarios	Porcentaje de proveedores minoritarios
Comunidad	Salud pública y seguridad	Disponibilidad de un plan de respuesta a emergencias
	Conservación de la energía y materias primas	Datos sobre la reducción de residuos producidos y en comparación con la media del sector
	Donaciones y soporte a organizaciones locales	Horas de los empleados dedicadas a servicios a la comunidad
Grupos medioambientales	Disminuir el uso de energía	Cantidad de electricidad comprada y porcentaje de electricidad de fuentes sostenibles
	Minimizar emisiones y residuos	Tipo, cantidad y destino de los residuos
	Minimizar los impactos medioambientales de los productos y servicios	Porcentaje de peso del producto recuperado después de usar

Elaborado por: Gutiérrez, C. (2020)

CONCLUSIONES

De acuerdo con la revisión a la teoría existente sobre el tema, se determinó que los componentes de la responsabilidad social empresarial son económicos, ambientales y sociales, el primero contempla los impactos económicos directos respecto a los clientes, proveedores, empleados, proveedores y sector público; referente al componente ambiental, este considera aspectos como la materia prima, energía, agua, biodiversidad, entre otros. Finalmente, respecto a los componentes sociales, este abarca las prácticas laborales y trabajo decente, los derechos humanos, la sociedad y la responsabilidad del producto.

A través de la aplicación de una encuesta dirigida a los representantes de las grandes empresas de la ciudad de Ambato se pudo determinar que la pandemia por el COVID-19 originó que las prácticas de RSE de las empresas ambateñas tuviera un impacto positivo en sus *stakeholders* (trabajadores, clientes y proveedores); debido a que por una parte, acataron las disposiciones emitidas por el Gobierno Nacional, respecto al confinamiento y pago del sueldo a los trabajadores, a pesar que la mayoría de estas tuvo que reducir su capacidad operativa; “así también”, muchas empresas implementaron el teletrabajo para los cargos que no requieren de la presencia física del trabajador, para quienes acudan a las instalaciones de las empresas han implementado medidas de protección y bioseguridad. “Sin embargo”, el impacto general para las empresas fue una reducción del 42% en su nivel de ventas; en el caso de las grandes empresas disminuyeron sus ingresos en USD 1.093 millones. Respecto a sus clientes, varias empresas implementaron la atención vía online, otras atienden a sus clientes en sus vehículos, ofrecen servicio a domicilio, facilidades de pago, promociones.

Se propuso prácticas de responsabilidad social para empresas socialmente responsables en tiempos de crisis, al considerar las categorías y subcategorías de la RSE con base al *Global Reporting Initiative* (GRI), puesto que abarca diversas

estrategias donde la organización impacta de manera positiva en sus clientes, se focaliza en la satisfacción y el desarrollo profesional de sus colaboradores, en el medio ambiente y en la comunidad que lo rodea. El modelo GRI ofrece una explicación más detallada del principio de Contexto de Sostenibilidad, este recomienda que la información contextual más específica sea reportada bajo lo dispuesto en sus orientaciones, en cuanto a la Información sobre el Enfoque de Gestión.

RECOMENDACIONES

Los directivos de las empresas ambateñas tienen que planificar charlas sobre las prácticas de responsabilidad social empresarial para todos quienes forman parte de las mismas, con el propósito de concientizar la importancia que tiene en la generación de valor para las organizaciones.

Es necesario que los directivos de las empresas basen su gestión administrativa, contable y financiera lo que contempla escenarios adversos que impactarían su normal funcionamiento, con la finalidad de garantizar su sostenibilidad económica.

Socializar las prácticas de responsabilidad social propuestas, porque permitirán mejorar su gestión administrativa, puesto que se consideran las categorías económicos, ambientales y sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, A. (2012). La Gestión de los Stakeholders. Análisis de los diferentes modelos. *. Universidad Nacional del Sur, Encuentro Regional Zona Sur Adenag.*
- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002.
- Aguinis, H., Villamor, I. y Gabriel, K. (2020). Understanding employee responses to COVID-19: a behavioral corporate social responsibility perspective. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MRJIAM-06-2020-1053/full/pdf?title=understanding-employee-responses-to-covid-19-a-behavioral-corporate-social-responsibility-perspective>
- Altuna, M. (2013). Los factores de la Responsabilidad Social: El análisis de las pequeñas y medianas empresas manufactureras guipuzcoanas. *Azkoaga*, 149-172.
- Alvarado, V. (2014). *Probabilidad y Estadística*. México: Grupo Editorial Patria.
- Álvarez, J., Camacho, S. y Maldonado, G. (2014). La investigación cualitativa. *Xikua*, <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>.
- Alvear, R. (2020). Responsabilidad Social Empresarial. *Plataforma de RS*, Recuperado de: <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2020/07/Boletin-Version-Final.pdf>.
- Antelo, Y. y Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es.
- Aránzazu, J. (2019). *Responsabilidad social corporativa*. Málaga: IC Editorial.
- Armijos, J. (2017). La responsabilidad social empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista Economía y Política*. (26), 1-26. <http://dx.doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>.

- Banco de Desarrollo de América Latina. (7 de mayo de 2020). *COVID-19, gestión de crisis y gobierno corporativo*. Obtenido de <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/05/covid19-gestion-de-crisis-y-gobierno-corporativo/>
- Brown, F. (2 de septiembre de 2020). *Los principios de la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbrown.pdf>
- Cajiga, J. (2013). *Cemefi. Centro Mexicano para la Filantropía*. Obtenido de El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Camacho, J. (2017). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 3-29. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rlds/n20/1870-4670-rlds-20-00003.pdf>.
- Camino, S., Bermúdez, N., Albarado, D. y Vite, F. (2018). *Panorama de las MIPYMES y Grandes Empresas en el Ecuador 2013-2017*. Obtenido de Investigación y Estudios: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Panorama-de-las-MIPYMES-y-Grandes-Empresas-2013-2017.pdf>
- Canal, R. (26 de junio de 2020). *COVID-19: una prueba real de responsabilidad social*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/COVID-19-una-prueba-de-responsabilidad-social.html>
- Cañas, T. (2018). *Responsabilidad social corporativa*. Editorial Elearning, S.L.
- Cardona, D. (2016). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>.
- Cardona, M., Duque, Y. y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 1-11. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>.
- Castro, A., Hernández, J. y Bedoya, E. (2016). CARACTERIZACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA EMPRESA HOTELERA ALMIRANTE CARTAGENA . *Saber, Ciencia y Libertad*. 11 (2), 177-188.

- CEPAL. (abril de 2020). *La pandemia del COVID-19 profundiza la crisis de los cuidados en América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45335/S2000261_es.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Christensen, A. (8 de Agosto de 2020). *Sustentabilidad: fuente de resiliencia empresarial en la pandemia*. Obtenido de <https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/sustentabilidad-fuente-de-resiliencia-empresarial-en-la-pandemia-por-blackrock/295566>
- Coello, D. (2016). Caracterización de pequeñas y medianas empresas exportadoras. Un estudio exploratorio para el caso ecuatoriano. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*, 10 (2), 49-55.
- Dzul, M. (2010). *Diseños no experimentales*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- El Comercio. (17 de marzo de 2020). Al menos 50 locales comerciales cerraron sus puertas tras un operativo en Ambato por covid-19.
- El Telégrafo. (01 de mayo de 2020). Despidos por covid-19 deben reunir requisitos. pág. 1.
- El Universo. (18 de julio de 2020). *Las empresas adaptan sus planes de responsabilidad social a la nueva realidad*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/15/nota/7907598/responsabilidad-empresas-coronavirus>
- Expósito, R. (2008). Responsabilidad Social Empresarial –RSE-. Naturaleza, historia y evolución. *En Responsabilidad Social Empresarial para emprendedores*, 15-51.
- Fielding, A. (Marzo de 2020). *Acces Medicina*. Obtenido de TEMA 15: Reseña del COVID-19: <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=2910§ionid=243952794>
- Fontrodona, J. y Muller, P. (2020). *Reputación corporativa, transparencia y calidad informativa: Cuaderno 44*. Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa.

- Freire, C., Govea, K., y Hurtado, G. (2018). Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Espacios*, 7.
- González, C. (2010). E-Stakeholders: Una aplicación de la teoría de los Stakeholder a Los Negocios Electrónicos. *Estudios Gerenciales*, 39-57.
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa. . *Veritas*, 205 - 224.
- Grande, I. y Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC.
- He, H. y Harris, L. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 1-28. Obtenido de <https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Hernández, R., Fernaández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexco: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- Huamán, S. (2 de junio de 2020). *Impacto del COVID-19 en la Responsabilidad Social Empresarial: Una mirada desde Latinoamérica*. Obtenido de <http://sirse.info/impacto-del-covid-19-en-la-responsabilidad-social-empresarial-una-mirada-desde-latinoamerica/>
- Huilcapi, Ú., Troya, K. y Wendy, O. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *Mundo de Investigación y el Conocimiento*, 4 (3), 76-85. Recuperado de: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/851/1552>.
- INEC. (2018). *Directorio de empresas y establecimientos 2017*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - Telefónica*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf.

La Hora. (15 de Mayo de 2020). Transporte ilegal aumenta la pandemia. pág. 1.

Lasluisa, F. (2019). Características emprendedoras en las PYMES del Sector Industrial. *Revista de Investigación Sigma.1* (6), 40-49.

Livingston, E., Desai, A. y Berkwits, M. (2020). Sourcing Personal Protective Equipment During the COVID-19 Pandemic. *JAMA*, 323(19), 1919-1914. Recuperado de: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2764031>. doi:doi:10.1001/jama.2020.5317

López, D., Solórzano, S., Burgos, S. y Mejía, M. (2020). La economía de las empresas del Ecuador en el contexto de la pandemia. *Polo del Conocimiento*, 51 (5), 285-304. DOI: 10.23857/pc.v5i1.1898.

Lorca, P. (2003). La creación de valor en la empresa y los “stakeholders”. *Harvard-Deusto Finanzas & Contabilidad*, 48 - 54.

Luna, J. y Maigual, J. (2012). Modelo de responsabilidad social para la empresa privada con ánimo de lucro. *TENDENCIAS Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 116-134.

Martin, V. (2019). *Responsabilidad Social y Efecto Sistémico Transformador*. Bogotá: Observatorio de Responsabilidad Social para América latina y el Caribe.

Martin, V. y Reyes, G. (2020). Desafíos y nuevos escenarios gerenciales como parte de la herencia del Covid-19. *Revista Venezolana de Gerencia*. 225 (90), <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559019/html/index.html>.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca . (2020). *COVID-19 en el Ecuador impacto económico y perspectivas*. Quito: Viceministerio de Comercio Exterior.

Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A. y Villalta, M. (2016). STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 21-30. Recuperado de: <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/147/pdf>.

Moreno, R. (2015). *Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <https://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf>

- Moya, N. (2020). Responsabilidad y riesgos: conceptos claves en el debate ético generado por la COVID-19. *Medisur*, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2020000300512&lng=es&nrm=iso&tlng=es.
- Muller, P. y Fortrodona, J. (2020). *El día después: empresas socialmente responsables ante un mundo pos-COVID 19*. Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0543.pdf>
- Muñoz, A. (14 de julio de 2020). *Así ha sido la RSE de las empresas durante la pandemia*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/13/fortunas/1594664571_975386.html
- Naciones Unidas. (2020). *Impacto económico y social*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/covid-19>
- Navarro, F. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC.
- Oneto, A. (22 de julio de 2020). *COVID-19 y sostenibilidad empresarial*. Obtenido de <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/07/covid19-y-sostenibilidad-empresarial/>
- Ortiz, J., Sarango, P., Valladares, J. y Santos, A. (2018). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Asociaciones Productivas de Ecuador. *Espacios*, 14.
- Pérez, R., Caso, C., Río, M. y López, A. (2012). *Introducción a la Estadística Económica*.
- Peribáñez, E., Cano, M. y Sánchez, V. (2017). *Responsabilidad social corporativa. El papel de las Naciones Unidas y otras*. Madrid: Dykinson.
- Piacentini, M. (2020). *Cell Death & Differentiation*. Obtenido de Springer Nature: <https://www.nature.com/articles/s41418-020-0530-3?fbclid=IwAR2ZxeCwG6GQEZTC1GQbizfu0d5i1wqIREmK5IKRgeR2TsUc1dg8ta1GYyA#Bib1>
- Popkova, E., DeLo, P. y Sergi, B. (2020). Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries. *Research in International Business and Finance*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101315>

- Quintero, M. (28 de abril de 2020). *Uniando fuerzas en América Latina y el Caribe para ayudar a minimizar la crisis del Coronavirus (COVID-19) y fomentar empresas responsables y sostenibles*. Obtenido de UNICEF: <https://www.unicef.org/lac/comunicados-prensa/uniendo-fuerzas-en-alc-para-ayudar-a-minimizar-la-crisis-covid-19>
- Ramírez, Y. y Moctezuma, P. G. (2017). IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS PROFESIONALES. 65, 53-66. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/07CA201701.pdf>.
- Revista Líderes. (2020). *Las empresas se integran a la responsabilidad social corporativa*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-integran-responsabilidad-social-corporativa.html>
- Reza, V., Asgari, A., Gholamreza, A. y Hadizadeh, B. (2014). The impact of corporate social responsibility (CSR) on the brand preference in banking industry; (the case study: banks of Mellat and Refah in Irán). http://www.arabianjbmr.com/pdfs/KD_VOL_3_7/33.pdf.
- Rivera, H. y Malaver, M. (2011). *La organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Bogotá: Universidad de Rosario.
- Saá, L., Vasco, C., Holovatyi, M. y Donso, D. (2020). La responsabilidad social empresarial y sus indicadores. *RECIMUNDO*, 366-378. Recuperado de: <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/762/1158>.
- Santa, L., Fajardo, C. y Santa, M. (2014). *Caracterización de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial (RSE) y su relación con las competencias genéricas y específicas en la formación de un profesional efectivo socialmente responsable para la sostenibilidad de las Mipymes del Quind.* <https://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Caracterizacion%20de%20las%20dimensiones%20de%20la%20RSE%20y%20su.pdf>.
- Sarmiento, S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensiones Empresariales*, 9(2), 6-15.
- Shaoshuai, W. (2020). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://academic.oup.com/cid/advance-article-pdf/doi/10.1093/cid/ciaa225/32894061/ciaa225.pdf>
- Sierra, O. (21 de marzo de 2020). *¿Dónde se sitúa la Responsabilidad Social en la crisis del Covid-19?* Obtenido de <https://www.agorarsc.org/donde-se-situa-la-responsabilidad-social-en-la-crisis-del-covid-19/>

- Simbaña, L., Rodeiro, D., Fernández, S., Morales, X. y Morales, D. (2018). Análisis descriptivo de las características empresariales y financieras de las pymes en Ecuador. *Yura: Relaciones Internacionales*, 87 - 102.
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse. *Cuad. Difus.* 10, 18-19.
- Strandberg, L. (2010). *La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas*. Cuadernos de la Cátedra "La Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Business School, Universidad de Navarra, (9).
- Tello, G., Agila, M. y Legarda, C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 60-69. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500060.
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 338-358.
- Toscano, A. y Virguez, C. (2015). *REVISIÓN DEL ESTADO DEL ARTE DEL CONCEPTO DE STAKEHOLDERS EN LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL*. Cartagena de Indias: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Vaca, R., Moreno, M. y Riquel, F. (2007). Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques: Stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. *Conocimiento Innovación Y Emprendedores Camino Al Futuro*, 3130–3143.
- Valenzuela, L., Jara, M. y Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresa*, 55 (3), 319-344. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329.
- Valls, A. (2010). *Cómo afrontar los tiempos difíciles: y salir reforzado con sus Oportunidades*. Barcelona España: Profit Editorial.
- Vilanova, M. y Dináres, M. (2009). *Modelo de indicadores de RSE para pymes*. Obtenido de ESADE Business School. Universitat Ramon Llull : http://www.mas-business.com/docs/Modelo_indicadores.pdf

- Villacis, C., Suárez, Y. y Guillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466.
- Vistazo. (26 de julio de 2020). *La responsabilidad social empresarial también se transforma*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/la-responsabilidad-social-empresarial-tambien-se-transforma>
- Viteri, R. (2020). Características, impactos y beneficios de la aplicación de modelos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las organizaciones. *Plataforma de RS*, Recuperado de: <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2020/07/Boletin-Version-Final.pdf>.
- Volpentesta, J., Chahín, T., Alcaín, M., Nievas, G. y Spinelli, H. (2013). Identificación del impacto de la gestión de los stakeholders en las estructuras de las empresas que desarrollan estrategias de responsabilidad social empresarial. *Universidad & Empresa*, 63-92. <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187232713003.pdf>.
- Volpentesta, J., Chahín, T., Alcaín, M., Nievas, G., Spinelli, H. E., Cordero, M. I., Cortejarena, A. y Greco, P. (2014). Identificación del impacto de la gestión de los stakeholders en las estructuras. *Universidad & Empresa*, 63-92. <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187232713003.pdf>.
- Wulf, E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío corporativo*. Editorial Universidad de La Serena .

ANEXOS

ANEXO 1.- APROBACIÓN TUTOR

Ambato, septiembre 17, 2020

Magister

Viviana Avellán

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA- AMBATO**

Presente.-

De mi consideración:

Me dirijo a Usted para informarle que una vez revisado el proyecto de investigación titulado: **"El Covid19 y la responsabilidad social en las empresas"**, desarrollado por la estudiante señorita: **Carol Solange Gutiérrez Coronel**, es Aprobado el Capítulo I, que corresponde al Estado del arte y la práctica.

Por la presente le agradezco.

Atentamente,



Ing. María Fernanda Salazar, MBA.

DOCENTE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ANEXO 2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

Esta encuesta tiene como objetivo determinar el impacto del Covid-19 en las prácticas de RSE de las empresas ambateñas.

Estimado (a) participante:

Sírvase en responder las siguientes preguntas de carácter obligatorio.

1. ¿Considera usted que la empresa es socialmente responsable? Frente al Covid 19.

Siempre _____

Casi siempre _____

Nunca _____

2. ¿Cuáles son las áreas de la responsabilidad social empresarial en las que se enfoca la empresa? Frente al Covid 19.

Derechos humanos _____

Derechos laborales _____

Derechos medioambientales _____

Lucha contra la corrupción _____

3. ¿Cuáles son sus principales grupos de interés de la empresa? Frente al Covid 19.

Empleados _____

Proveedores _____

Clientes _____

Comunidad _____

Sociedad _____

Otros _____

4. ¿Se práctica la responsabilidad social en la empresa con base a los 7 ejes de la RSE)? Frente al Covid 19.

Siempre _____

Casi siempre _____

Nunca _____

5. Respecto a la gobernabilidad ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Posee código de ética _____

Ha difundido los principios y valores éticos en todos los niveles de la empresa _____

Se identifica los principales grupos de interés de la empresa _____

6. Respecto al público interno ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Se realiza programas de desarrollo personal y profesional de los colaboradores _____

Se realiza actividades que generan sentido de pertenencia en los empleados _____

Se proporcionar espacios para que los empleados se recreen _____

7. Respecto al Mercadeo Responsable ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Se ha creado y respeta una política formal de comunicación y publicidad. _____

Es real y consistente con lo que se publicita. _____

Se informa al consumidor sobre los daños a la salud y/o medio ambiente, de sus productos _____

8. Respecto al medio ambiente ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Se han desarrollado programas de reciclaje _____

Se ha diseñado productos eco amigables _____

Ha firmado alianzas estratégicas con otras organizaciones para generar proyectos de impacto ambiental positivo. _____

Ha realizar regularmente campañas reforestación _____

9. Respecto a la Comunidad ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Ha establecido programas de educación dentro de la comunidad, mediante alianzas públicas-privadas _____

Ha realizar voluntariado corporativo con ONG's que impacten los grupos de interés de la empresa _____

Ha realizado mejora de la infraestructura de las áreas aledañas a la empresa _____

Incluye pasantías laborales _____

10. Proveedores ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa _____

Desarrolla iniciativas dirigidas al fortalecimiento de sus proveedores en la adopción de prácticas de RSE _____

Ha definido normas y políticas transparentes para los proveedores. _____

11. Política Pública ¿Cómo práctica la RSE? Frente al Covid 19.

Promueve alianzas públicas o privadas _____

Participar activamente en asociaciones y foros empresariales _____

12. ¿Las políticas internas le han permitido actuar con RSE durante el confinamiento por el COVID19?

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo _____

En desacuerdo _____

Totalmente en desacuerdo _____

13. ¿La empresa contaba con los recursos económicos suficientes para enfrentar el confinamiento provocado por el COVID19?

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo _____

En desacuerdo _____

Totalmente en desacuerdo _____

14. Respecto a sus trabajadores ¿Qué medidas adopto la empresa para enfrentar el confinamiento provocado por COVID 19?

15. Respecto a sus clientes ¿Qué tipo de medidas ha definido para proteger a sus trabajadores? Frente al Covid 19.

Ficha de validación del instrumento de Recolección de Información

Tema:

EL COVID19 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS.

Objetivo:

Analizar los componentes de responsabilidad social empresarial de las empresas frente al Covid19.

Instrucciones:

Una vez analizado el instrumento de recolección de información para el proyecto de la investigación **"EL COVID19 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS"** se requiere puntuar, argumentar y en caso de necesidad efectuar observaciones o sugerencias de acuerdo a su punto de vista.

Para calificar cada criterio tomar en cuenta la escala que se muestra a continuación

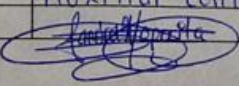
Nada aceptable	Poco aceptable	Regular	Aceptable	Muy aceptable
1	2	3	4	5

	Puntuación					Argumento	Observación - Sugerencia
	1	2	3	4	5		
Criterio de Validez					X		
Imparcialidad					X		
Congruencia					X		
Redacción					X		
Orden					X		
Presentación del instrumento				X			
Pertinencia de las preguntas para la consecución de los objetivos de la investigación				X			
Preguntas relacionadas con la problemática planteada				X			
Total	0	0	0	3	5		

Calificación del instrumento:

Puntuación Obtenida	Porcentaje %

Escala			(X)
No válido - Reformular	De 7 a 13	20 - 30%	
No válido - Modificar	De 14 a 20	40 - 50%	
Válido - Mejorar	De 21 a 27	60 - 70%	
Válido - Aplicar	De 28 en adelante	80 - 100%	

Nombre del experto	Paulina Mopocita
Formación académica	Tercer Nivel Ing. Contab. y Auditoría
Empresa a la que pertenece	Avícola Pérez
Cargo	Auxiliar Contable
Firma	

	Puntuación					Argumento	Observación - Sugerencia
	1	2	3	4	5		
Criterio de Validez					X		
Imparcialidad					X		
Congruencia					X		
Redacción				X			
Orden				X			
Presentación del instrumento				X			
Pertinencia de las preguntas para la consecución de los objetivos de la investigación				X			
Preguntas relacionadas con la problemática planteada					X		
Total							

Calificación del instrumento:

Puntuación Obtenida	Porcentaje %

Escala			(X)
No válido - Reformular	De 7 a 13	20 - 30%	
No válido - Modificar	De 14 a 20	40 - 50%	
Válido - Mejorar	De 21 a 27	60 - 70%	
Válido - Aplicar	De 28 en adelante	80 - 100%	

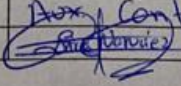
Nombre del experto	XAVIER LALALEO ECHEVERRIA
Formación académica	GRADUADO
Empresa a la que pertenece	AVICOLA PEREA
Cargo	Asesor Contable
Firma	

	Puntuación					Argumento	Observación - Sugerencia
	1	2	3	4	5		
Criterio de Validez					X		
Imparcialidad					X		
Congruencia					X		
Redacción				X			
Orden				X			
Presentación del instrumento					X		
Pertinencia de las preguntas para la consecución de los objetivos de la investigación				X			
Preguntas relacionadas con la problemática planteada					X		
Total							

Calificación del instrumento:

Puntuación Obtenida	Porcentaje %

Escala			(X)
No válido - Reformular	De 7 a 13	20 - 30%	
No válido - Modificar	De 14 a 20	40 - 50%	
Válido - Mejorar	De 21 a 27	60 - 70%	
Válido - Aplicar	De 28 en adelante	80 - 100%	

Nombre del experto	Enica Narváez
Formación académica	Superior
Empresa a la que pertenece	Avícola Pérez
Cargo	Ases. Contable
Firma	



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Esta encuesta tiene como objetivo determinar el impacto del Covid-19 en las prácticas de RSE de las empresas ambateñas.

Estimado (a) participante:
Sírvese en responder las siguientes preguntas de carácter obligatorio.

1. ¿Considera usted que la empresa es socialmente responsable? Frente al Covid 19. *

- ☐ Siempre
- ☐ Casi Siempre
- ☐ Nunca

Preguntas Respuestas 78

78 respuestas



Se aceptan respuestas ☒

Resumen

Pregunta

Individual

1. ¿Considera usted que la empresa es socialmente responsable? Frente al Covid 19.

78 respuestas

