

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: INGENIERÍA EN GERENCIA Y LIDERAZGO**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERA EN  
GERENCIA Y LIDERAZGO**

**TEMA:  
PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL EN LOS CENTROS COMERCIALES DEL SECTOR SUR DE  
QUITO**

**AUTORES:**

**MARÍA ESTEFANÍA ESPINOSA FAJARDO  
JOHANNA KATHERINE NICOLALDE EREMBÁS  
DAYSY NATHALY SINMALEZA CAMBI**

**DIRECTOR:  
NICOLÁS COLLAGUAZO SUQUILLO**

**Quito, diciembre de 2014**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad las autoras.

Quito, diciembre de 2014

María Estefanía Espinosa Fajardo

C.I.: 1724512890

Johanna Katherine Nicolalde Erembás

C.I.: 1721766671

Daysi Nathaly Sinmaleza Cambi

C.I.: 1722688817

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación, primero a Dios, quién con su poder me dio salud y fuerzas cada día para culminar mi trabajo de titulación. A mi madre, quién con su apoyo incondicional consiguió sacar adelante mis estudios. A mi esposo, quién con cada palabra de aliento encontró la manera indicada de levantarme cada día. Y hoy en día a mi hija Isabelita, aquel angelito que llegó en el momento indicado para darme fuerzas y ganas de salir adelante.

María Estefanía Espinosa Fajardo.

Dedico a todos quienes durante la difícil tarea, contribuyeron de alguna manera para llegar a feliz término en la conclusión del presente trabajo, lo cual me permitirá la obtención del título de Ingeniería en Gerencia y Liderazgo.

Johanna Katherine Nicolalde Erembás.

El presente trabajo lo dedico: A Dios, ya que con su divinidad ha podido mantenerme con salud y fuerzas para seguir adelante. A mis queridos padres, quienes han estado presentes en mis logros y mis tropiezos incondicionalmente dándome la mano y alentándome siempre para conseguir mis metas. A mis hermanas, quienes con su apoyo moral siempre me ayudan. A mis pequeñas hijas, ya que son mi motor de vida y las que me han dado las fuerzas para seguir superándome día a día, todo lo que soy, es por ellas. A mi esposo, por el apoyo, comprensión y confianza que me ha tenido, por sus palabras de apoyo. A mis amigas y profesores quienes durante mi vida estudiantil siempre estuvieron prestándome su apoyo.

Daysi Nathaly Sinmaleza Cambi.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Politécnica Salesiana, quien nos abrió su puertas para poder estudiar una hermosa carrera que es la de Gerencia y Liderazgo.

A los docentes, quienes con su sabiduría, paciencia y amistad nos formaron como unos buenos profesionales.

Pero en especial quisiéramos agradecer al Economista Nicolás Collaguazo, quien con su experiencia y amistad nos ha guiado durante la formación universitaria y a lo largo de este trabajo de titulación.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestras vidas, con sus consejos, apoyo y compañía durante todos esos momentos difíciles.

Gracias a todos ellos.

Estefanía Espinosa, Johanna Nicolalde & Nathaly Sinmaleza.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	3
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU NORMATIVA</b> .....	3
1.1 La responsabilidad social y su origen .....	3
1.2 La responsabilidad social empresarial en la actualidad y sus definiciones.....	5
1.3 La responsabilidad social empresarial y su trascendencia a nivel mundial .....	6
1.4 Enfoques de la responsabilidad social empresarial.....	6
1.5 Visión estratégica de las empresas en la responsabilidad social empresarial .....	8
1.6 Beneficios de la responsabilidad social empresarial.....	9
1.6.1 Principales beneficiarios de la responsabilidad social empresarial. ....	10
1.7 Limitaciones de la responsabilidad social empresarial .....	11
1.8 Enfoque de la responsabilidad social empresarial en el Ecuador .....	12
1.9 Principales políticas .....	13
1.10 Normativa vigente en el Ecuador.....	14
1.10.1 Constitución de la República del Ecuador .....	14
1.10.2 Plan Nacional del Buen Vivir. ....	16
1.10.3 Ley de gestión ambiental. ....	19
1.10.4 Ley orgánica de defensoría del consumidor.....	21
1.10.5 La norma ISO 26000.....	23
1.11 La sociedad civil y el Estado ante la responsabilidad social de las empresas .....	24
1.12 El Estado como actor principal del sector público para promover la responsabilidad social empresarial.....	26
1.13 El sector privado como actores principales de la responsabilidad social empresarial en el Ecuador.....	27
1.14 Principales organizaciones de responsabilidad social empresarial en el país .....	28
1.14.1 Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), y su papel en el Ecuador .....	28
8	
1.14.2 Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), y su papel en el Ecuador .....	29
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	31

<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS CENTROS COMERCIALES</b> .....	31
2.1 Los centros comerciales.....	31
2.1.1 Historia de los centros comerciales.....	32
2.1.2 Tamaño de los centros comerciales.....	33
2.1.3 Características de los centros comerciales. ....	34
2.1.4 Clasificación de los centros comerciales.....	35
2.2 Centros comerciales en la ciudad de Quito.....	36
2.2.1 Centros comerciales en el sector sur de la ciudad de Quito.....	37
2.3 Centros comerciales y la responsabilidad social empresarial. ....	41
2.4 Recopilación de datos y análisis de la investigación de campo.....	42
2.4.1 Técnicas de procesamientos y análisis de los datos. ....	43
2.4.2 Análisis e interpretación de datos de las entrevistas aplicadas a los representantes de cada centro comercial.....	43
2.5 Determinación de las necesidades de los centros comerciales en cuanto a la responsabilidad social, obtenidas del análisis e interpretación de resultados de las entrevistas. ....	50
2.6 Definición del grupo objetivo .....	51
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	52
<b>PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</b> .....	52
3.1 Propuesta de un modelo de responsabilidad social empresarial apropiado a las necesidades de Ciudad Comercial El Recreo.....	52
3.1.1 Título de la propuesta. ....	52
3.1.2 Objetivos.....	52
3.1.2.1 <i>Objetivo general.</i> ....	52
3.1.2.2 <i>Objetivos específicos.</i> .....	52
3.1.3 Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta. ....	53
3.1.4 Metodología.....	54
3.1.5 Modelo operativo de ejecución de la propuesta. ....	54
3.2 Guía para para el desarrollo de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo aplicada a la Norma ISO 26000.....	55
3.2.1 Diagnóstico situacional del Ciudad Comercial El Recreo. ....	55
3.2.1.1 <i>Manejo administrativo de los recursos.</i> ....	55

3.2.1.2 <i>Evolución económica y administrativa del centro comercial.</i> .....	56
3.2.1.3 <i>Presupuesto para manejo de recursos.</i> .....	56
3.2.1.4 <i>Recopilación de datos.</i> .....	58
3.2.1.5 <i>Población y muestra.</i> .....	58
3.2.1.6 <i>Procesamientos y análisis de los datos de las encuestas aplicadas a cada local comercial.</i> .....	59
3.2.1.7 <i>Actividades de responsabilidad social empresarial en Ciudad Comercial el Recreo.</i> .....	67
3.2.2 <i>Principios de responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo.</i> .....	68
3.2.3 <i>Materias de responsabilidad social en el centro comercial.</i> .....	69
3.2.4 <i>Integración de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo.</i> .....	78
<b>CONCLUSIONES</b> .....	88
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	89
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b> .....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de establecimientos por administración zonal .....	36
Tabla 2. Distribución de la población .....	59
Tabla 3. Objetivos y metas ambientales.....	70
Tabla 4. Grados de importancia de las materias fundamentales y partes interesadas.....	83
Tabla 5. Acciones inmediatas a abordar. ....	85
Tabla 6. Seguimiento para el cumplimiento de las materias fundamentales del CCE.....	87



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo operativo de la guía de RS.....	54
Figura 2. Datos estadísticos de evolución.....	56
Figura 3. Presupuesto ingresos 2012 -2014 .....	57
Figura 4. Presupuesto gastos 2012 al 2014 .....	57
Figura 5. Conocimientos de actividades de RS que realiza Ciudad Comercial El Recreo .....	60
Figura 6. Actividades administrativas y legales.....	60
Figura 7. Comunicación de actividades de responsabilidad social.....	61
Figura 8. Participación activa de los trabajadores del centro comercial .....	62
Figura 9. Invierte en mejoras del medioambiente .....	62
Figura 10. Invierte en mejoras de la comunidad .....	63
Figura 11. Comunicación interna que promueva la RSE.....	64
Figura 12. Su organización colabora con alguna medida de RSE .....	64
Figura 13. Mejorar bienestar comunidad .....	65
Figura 14. Proteger recurso humano y medio ambiente .....	66
Figura 15. Buena imagen para la empresa .....	66
Figura 16. Retribución económica financiera .....	67
Figura 17. Localización Ciudad Comercial El Recreo.....	79
Figura 18. Información general Ciudad Comercial El Recreo.....	79
Figura 19. Identificación de factores y normativa que determinan la RS en Ciudad Comercial El Recreo .....	80
Figura 20. Organigrama Ciudad Comercial El Recreo .....	82

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como fin principal analizar la responsabilidad social empresarial y proponer un modelo estratégico de responsabilidad social para los centros comerciales del sector sur de Quito, enfocado en Ciudad Comercial “El Recreo”. En esta investigación se utilizó un enfoque cualitativo, con su estudio descriptivo porque se indago la situación actual de la Ciudad Comercial “El Recreo”; se utilizó las fuentes secundarias como Internet, libros, revistas y fichas bibliografías correspondientes. Se llegó a determinar que dicho centro comercial desarrolla estrategias para cumplir con las normativas tanto legales, éticas, pero son concebidas apenas como parte integrante del proceso regular de su producción, esto se debe a falta de elaboración de un plan estratégico de responsabilidad empresarial que acoja el ámbito social, laboral y medioambiental, por ende se desarrolla dicho modelo para contribuir así a un desarrollo social, ambientalmente sostenible y económicamente viable. Al final se plantean las conclusiones y recomendaciones que ayudarán a clarificar mejor el tema de estudio.

## **ABSTRACT**

This research has as main purpose to analyze the Corporate Social Responsibility in the shopping centers of Quito South Sector, focused on Commercial City "El Recreo" Mall, thereby proposing a Strategic Business Model for Social Responsibility Centers South Sector Quito. In this research, a qualitative approach was used, with its descriptive study because the current situation of the Trade City "El Recreo" I investigate; secondary sources such as the internet, books, journals and bibliographies relevant records was used. It came to determine that the Mall develops strategies to meet both legal, ethical standards, but are you designed only as part of the regular process of production this is due to lack of development of a strategic plan for corporate responsibility to house the social, labor and environmental sphere, hence this model is developed to contribute to a socially and environmentally sustainable and economically viable development. Finally, conclusions and recommendations that will help better clarify the subject matter raised.

## INTRODUCCIÓN

A través del tiempo todo el ámbito empresarial a nivel mundial ha sufrido grandes cambios, muchos de ellos a causa de la globalización en donde cada empresa se ve obligada a actuar de manera más competitiva y dinámica, exigiendo una mayor participación en los procesos de toma de decisiones a nivel empresarial. De la misma manera la demanda ciudadana exige la devolución a la sociedad de parte de los beneficios que obtienen las organizaciones.

En tal razón, se ha visto la necesidad de analizar el tema de responsabilidad social empresarial (RSE), pues es un concepto que ha cobrado bastante fuerza en los últimos años y más a causa del desarrollo de la tecnología; el tema se debe estudiar no solo como una reflexión ética en torno a la actividad empresarial sino a todo un conjunto de responsabilidades sociales, económicas, ambientales que deben tener las empresas con su entorno. Además, del impacto que han tenido los actores privados y públicos en el Ecuador en cuanto a la implementación de las actividades de responsabilidad social.

El enfoque de la responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas básicas de las organizaciones, se refiere a las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir por el simple hecho de realizar su actividad, es decir todo el conjunto de acciones que debe tomar en cuenta para que las actividades de la empresa tenga repercusiones positivas en la sociedad. "... sobre todo en la RSE se debe orientar hacia los principios y valores que embarca la responsabilidad empresarial, valores enfocados hacia: derechos humanos; medio ambiente; inversión social comunitaria; mercado; lugar de trabajo; ética y valores (Galea, 2012).

Hoy en día las empresas en el país son más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones de responsabilidad social como estrategias de desarrollo empresarial, es por eso que la presente investigación tiene como objetivo principal proponer un modelo de responsabilidad social empresarial, que permita definir las características e identificar

los factores adecuados enfocándose en un tipo de organización donde existe gran aglomeración de todo tipo de empresas, actores sociales y grupos de interés, ya sea empleados, socios, clientes, comunidades locales, medio ambiente, proveedores o colaboradores, contribuyendo así a un desarrollo social, ambientalmente sostenible y económicamente viable.

Se justifica el desarrollo de un modelo de responsabilidad social en los centros comerciales, en razón de que son un claro ejemplo de la gran aglomeración de grandes y en especial de pequeñas y medianas empresas, además de que se puede enfocar en un aspecto sumamente amplio respecto al tema de responsabilidad social empresarial pues este entorno se compone por trabajadores, socios comerciales, proveedores, clientes, accionistas, organizaciones y comunidad en general.

Estudiar el enfoque que estas empresas tienen respecto a la responsabilidad social empresarial, y como la administración del centro comercial aporta hacia el cumplimiento de los objetivos de la entidad, nos guiará hacia el levantamiento de una propuesta adecuada que promueva un negocio sostenible socialmente. En Quito el grupo objetivo es bastante amplio, sin embargo se puede enfocar hacia el sector donde el mayor número de actores tienen una gran participación en el mercado, no solo por la actividad económica sino porque el entorno es bastante amplio para las estrategias y procedimientos correctos a proponer.

Finalmente, la presente investigación busca desarrollar estrategias en base a la vinculación de las actividades de la organización con la normatividad y sobre todo la participación ciudadana; con el levantamiento del modelo de responsabilidad social empresarial se puede afirmar que servirá de apoyo al centro comercial para garantizar la buena relación entre la empresa y su entorno poniendo en valor los vínculos positivos de la actividad económica con el territorio, los agentes sociales, los consumidores y los proveedores.

# **CAPÍTULO 1**

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU NORMATIVA**

### **1.1 La responsabilidad social y su origen**

El concepto de responsabilidad social nace con la apertura económica y comercial de los mercados que se han planteado nuevos retos para las empresas, destacando principalmente la competitividad. El término va más allá de la estricta lógica de generar riqueza y empleo, se trata de reorientar los roles en agentes de cambios y desarrollo para el entorno en el cual se desenvuelve.

La responsabilidad social de la empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, cuando las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra (Fernández, 2009, pág. 45).

La idea de que las personas tengan una responsabilidad para con su sociedad aparece con los filósofos griegos y el sistema romano, donde definen que todos los seres humanos por naturaleza necesitan relacionarse con otros, y eso significa que deberán cumplir con las reglas que su entorno le exige, justamente esas exigencias son llamadas responsabilidades sociales:

En la antigua Grecia el pueblo libre tenía por costumbre, en ambiente de franco debate, participar y cuestionar los argumentos de diálogo abierto en el ágora o plaza mayor; sin embargo, la esclavitud era parte fundamental de su estructura social y económica; la vida de las personas era pública, no existía la intimidad y por tanto era normal ver personas desnudas de todas las edades compartiendo todo; por tanto la responsabilidad de cada persona que hacia

parte de esta sociedad libre era la participación de todos en cualquier asunto público” (Yepes, septiembre de 2007, pág. 98).

En la Edad Media occidental, en cambio las creencias eran las que indicaban las responsabilidades de convivencia y el diario vivir de cada persona, quien no la aceptaba era castigado, perseguido o excluido de la sociedad, aparecieron también las propiedades privadas, se exigía respetar estos espacio privados y todas las leyes que establecía la Iglesia.

La Edad Moderna se caracterizó por un gran movimiento intelectual; la razón se convirtió en el centro de todo, los derechos del hombre aparecieron y con estos la esclavitud dejó de existir; por tanto una de las principales obligaciones de los actores sociales consistió en defender la libertad y promover los derechos humanos. Surge además la responsabilidad del Estado con los ciudadanos y con exigir que se cumplan las reglas sociales.

Finalmente en la Edad Contemporánea con la tecnología y todo el avance científico que permite acceder fácilmente a la información surgen valores como la eficiencia y la eficacia, actitudes positivas frente al compromiso el cumplimiento, una buena educación, además de habilidades comunicativas de negociación facultan a las personas para hacer parte productiva de la sociedad (Yepes, septiembre de 2007).

Estos nuevos comportamientos se convierten ahora en una responsabilidad para la sociedad; ya el Estado no es lo más importante, sino las empresas que poco a poco tienen un poder ya que el mercado es lo que ahora comienzan a predominar.

Se puede ver que a medida que ha pasado el tiempo el tema de la responsabilidad social ha ido cambiando y que el ser humano dependiendo de su entorno tiene la obligación de ser responsable con su sociedad sea moral o legamente, muy independientemente de si

está o no de acuerdo y dependerá de la entidad que determine aquel comportamiento sea la Iglesia, el Estado, las empresas entre otros.

## **1.2 La responsabilidad social empresarial en la actualidad y sus definiciones**

Actualmente el concepto de responsabilidad social es considerado como normativo no obligatorio, es decir sin la fuerza de la ley; lo que ha dado lugar a diferentes percepciones de establecer la responsabilidad social, entre las más notables la social corporativa o la llamada “responsabilidad social empresarial”, la cual se puede indicar algunas definiciones:

Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, 1998).

La gestión responsable de la empresa implica que esta vaya encontrando el punto de equilibrio tanto entre los intereses del negocio como en las expectativas que la misma tiene hacia la sociedad, y poco a poco lograr que las empresas y sus trabajadores se involucren más con el cuidado de su entorno.

La responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario (Organización Internacional del Trabajo, marzo 2006).



En conclusión la responsabilidad social empresarial se la puede definir como la contribución activa y voluntaria que tienen las empresas hacia el mejoramiento social, económico y/o ambiental de la sociedad, especialmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor añadido. Este tipo de responsabilidad va más allá del cumplimiento de las leyes o las normativas básicas, pues abarca en si todas las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir con la sociedad por el simple hecho de realizar su actividad.

### **1.3 La responsabilidad social empresarial y su transcendencia a nivel mundial**

La responsabilidad social a nivel mundial se ha transformado de una manera positiva, actualmente uno de los temas de RSE que más han abarcado los países son medidas importantes relacionadas con minimizar los efectos negativos del ambiente causados por la globalización.

La RSE trae grandes beneficios en la triple dimensión de la sostenibilidad, incluso para la propia empresa. Así, genera beneficios económicos, reflejados por ejemplo en el mejor clima laboral, la motivación de los empleados y su mayor productividad, el posicionamiento de la marca y el aumento de su reputación, la preferencia de los consumidores por sus bienes y servicios. En cuanto a los beneficios sociales, es claro que la RSE contribuye en gran medida a resolver los mayores problemas sociales y, en último término, a la construcción de un mundo mejor, más justo o equitativo, más humano, que es su principal objetivo. Y sobre los aspectos ambientales, recordando que las normas en tal sentido son una exigencia cada vez mayor de los mercados, por lo cual la competitividad de la empresa socialmente responsable se beneficia en grado sumo (Galea, 2012).

### **1.4 Enfoques de la responsabilidad social empresarial**

Si bien se ha mencionado que el compromiso de la empresa es contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los trabajadores así como de la

comunidad y de la sociedad en general, también es necesario recalcar que la responsabilidad social empresarial (RSE) que realizan las empresas deben estar enfocadas hacia tres aspectos fundamentales, sea esta ésta la responsabilidad económica, la responsabilidad social y la responsabilidad medioambiental. “Considerar estos tres aspectos garantiza que la empresa se convierte en un proyecto legitimado socialmente y sobre todo perdurable en el tiempo” (Gómez, 2012).

- **Responsabilidad económica:** Se refiere a que las actividades de la empresa generen riqueza en el entorno que está inmersa, pueden ser empleo, innovación, impuestos u otros, pero que la riqueza que genere debe estar basada en valores y prácticas universales.
- **Responsabilidad social:** La empresa debe dar respuesta a las demandas que la sociedad plantea, desde los valores y las pautas de comportamiento que la propia sociedad indica.
- **Responsabilidad medioambiental:** La empresa expresa su responsabilidad social también a través del cuidado de su entorno físico, incluso como una necesidad para la propia subsistencia de la empresa.

En la actualidad la responsabilidad social ha logrado que las empresas y sus empleados se involucren más con el cuidado del entorno y creen grupos de voluntariados que puedan ayudar a la sociedad que lo necesita, según Garriga y Melé la responsabilidad social se enfoca en cuatro teorías:

- a) Teorías instrumentales, en las que la empresa es vista exclusivamente como un instrumento para la creación de riqueza, y sus actividades sociales son consideradas parte de ellas.
- b) Teorías políticas, que hacen referencia al poder de las empresas en la sociedad y a un ejercicio responsable de dicho poder en todos los escenarios políticos. Los aspectos más importantes son:

- El constitucionalismo corporativo, en el que la empresa es una institución social y debe ejercer el poder de forma responsable
- Contrato social integrador
- Ciudadanía corporativa

c) Teorías integradoras, con las que se pretende obtener legitimidad social y una mayor aceptación y prestigio social. Este grupo de teorías comprende:

- La gestión de asuntos sociales
- El principio de responsabilidad pública
- La gestión de los grupos de interés
- La acción social corporativa, que busca la legitimidad social

d) Teorías éticas, basadas en las responsabilidades éticas de las empresas con la sociedad. Se fundamentan en principios que expresan qué se debe y qué no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor (Perspectiva, 2012).

Los enfoques son:

- La teoría normativa de grupos de interés
- Los derechos universales
- El desarrollo sostenible
- El enfoque del bien común (Gárriga, 2004).

## **1.5 Visión estratégica de las empresas en la responsabilidad social empresarial**

Hoy en día las empresas ya no solo se preguntan ¿por qué a mi empresa le toca ser responsablemente social?, hoy la empresa por voluntad propia crea espacios éticos y es responsable ante la sociedad y sus trabajadores por sus actos positivos o negativos.

Desde un punto de vista social la visión de las empresas es ver hacia las perspectivas y demanda de los clientes y trabajadores, y saber qué es lo que los proveedores, la sociedad y los accionistas esperan de la empresa.

Cuando se habla de costos para la empresa, una visión estratégica es la de analizar proyectos internos o externos que dejen un beneficio a la empresa, no siempre los beneficios serán económicos, puede darse de mejor manera la aceptación o el aumento de la reputación de la organización.

Para todo esto se necesita de una estrategia administrativa, la misma que ayude a orientar y medir las metas cumplidas, como la satisfacción de los clientes, los trabajadores, la sociedad y los accionistas, si no se emplea una herramienta efectiva de administración todo lo antes dicho puede quedar en simples propuestas y no las podrá medir.

## **1.6 Beneficios de la responsabilidad social empresarial**

Las empresas no funcionan de manera aislada con respecto a la sociedad que las rodea. De hecho, su capacidad para competir depende en gran medida de las circunstancias de los lugares en los que opera. La mejora de la educación, por ejemplo, suele considerarse como una cuestión social, pero el nivel de formación de la fuerza de trabajo afecta sustancialmente a la competitividad potencial de una empresa. Cuanta más relación hay entre el negocio de una empresa y una mejora social, más conduce también a generar beneficios económicos.

Una empresa que tenga posibilidades para ayudar al mejoramiento de la capacitación de los habitantes en su entorno mejora en su contexto competitivo (Martínez, 2005, pág. 70).

Afirma que existen varios beneficios que brinda la RSE entre las principales están:

- Reducción de costos de producción a través del manejo de desechos, y optimización de la energía eléctrica.
- Mejoramiento de la calidad de los productos y en los procesos de manufacturación.
- Estimula a la creatividad de nuevos productos y a la competitividad.
- Aumenta la reputación de la empresa.
- Eleva la rentabilidad económica y financiera.
- Ayuda a proteger el recurso humano.
- Permite estar más al tanto de las necesidades de los clientes.
- Mejora el bienestar de la comunidad que rodea a la organización (Martínez, 2005, pág. 70).

### **1.6.1 Principales beneficiarios de la responsabilidad social empresarial.**

#### **a) Beneficiarios internos**

Aquellos que son parte de la empresa, éstos juegan un papel fundamental pues las actividades de RSE se realizan dentro de la organización y ayudan a alinear los beneficiarios hacia el compromiso del cumplimiento de los objetivos de la empresa, se puede mencionar que dentro de ellos están:

- Clientes: Considerado interno por que recibe los productos o servicios optimizados y con responsabilidad de que son generados sin ofensa al medio ambiente.
- Accionistas: Es quien debe buscar la concientización de un modelo de empresa que está pendiente de los desafíos actuales y del medio que los rodea.

- Empleados: Busca promover la integración entre la familia y el empleado a fin de promover un mejor sentido de pertenencia y motivación, contribuyendo al desarrollo de sus empleados y familia.

#### **b) Beneficiarios externos**

Aquellos que son destinatarios, beneficiarios, personas o colectivos ajenos a la empresa, Por ejemplo: tiendas a las que se les provee género, equipos deportivos locales, actividades culturales, sociales, fiestas, donaciones u otros (Guibert, 2009, pág. 220).

- Grupos sociales anteriormente discriminados
- El medio ambiente, por medio de medidas de cuidado y salud ambiental.

### **1.7 Limitaciones de la responsabilidad social empresarial**

Las limitaciones con las que se puede encontrar la responsabilidad social empresarial es que cuando ésta se enfoca desde un punto de vista reactiva y no proactiva en que las empresas reaccionan ante los hechos sin ser capaces de visualizar los cambios que ocurren en el escenario global y las necesidades que este presenta, no teniendo la capacidad de cambiar sus esquemas y reconocer que el evolucionar no es un problema, “...que el tener que adaptar sus procesos y trabajar bajo nuevos parámetros no es una complicación para la empresa, sino que al contrario, traerá beneficios tanto personales como económicos para la organización” (Momborg, 2008).

Principalmente para las PYMES que no cuentan con recursos suficientes como para invertir programas o implementar políticas de acción responsable, reflejándose este aspecto también en la falta de recursos para campañas que difundan sus actividades y den a conocer su labor responsable, aunque en este sentido no hay que dejar de mencionar que hay acciones responsables que no implican costo alguno para la empresa, siguiendo la idea, el que la RSE se arraigue como modelo de gestión llevaría a tomar buenas decisiones sin

perjudicar su entorno ni sociedad, esa acción estaría dentro de un marco social (Momborg, 2008).

## **1.8 Enfoque de la responsabilidad social empresarial en el Ecuador**

La responsabilidad social empresarial en el Ecuador se enfoca de lleno a las principales estrategias de las organizaciones y compañías, facilitando la creación del valor compartido y la generación de beneficios económicos que conlleven más sustentabilidad.

Por ende aquellas empresas que tomen el liderazgo con la responsabilidad social empresarial obtendrán sus beneficios, y aquellas que no lo hagan, forzosamente se verán obligadas de acuerdo a las grandes exigencias internacionales. Se encuentra 3 actores principales dentro de la RSE, el Estado, las organizaciones y la sociedad civil, estando interrelacionados al momento de construir estrategias que generen efectos en tiempo real.

En el país se ha trabajado en el tema, creando instituciones que permita regular las labores por parte de empresas. En donde principalmente se busca conseguir 4 puntos importantes:

- Contribuir al desarrollo sostenible, por el bienestar de la sociedad
- Tomar en consideración las opiniones vertidas de las partes interesadas
- Cumplir con la legislación y ser coherentes con las normativas internacionales
- Integración en todas sus partes como organización

Las organizaciones no pueden ser indiferentes a su entorno social, ecológico, es por eso que en Ecuador, empresas multinacionales han dado el primer paso con capacitación a trabajadores sobre el tema, aunque por la falta de personal calificado, y la manera de entender el concepto de responsabilidad social empresarial ha dado un giro hacia la acción social, siendo éste un término totalmente diferente.

Hay un largo camino por recorrer, debido a que en primer lugar se debe cambiar diversas imprecisiones en empresas ecuatorianas, donde su principal objetivo es la rentabilidad del negocio, sin ofrecer retribución a la sociedad. Al poner en práctica las políticas de la responsabilidad social empresarial tanto en el ámbito gerencial u operacional, muchas empresas observarán un crecimiento notable, ya que la sociedad al observar que organizaciones que son socialmente responsables tiene la preferencia por parte de sus clientes. Siendo un beneficio adicional para las empresas comentar que trabajan buscando generar actividades para la RSE.

### **1.9 Principales políticas**

La contribución a la sociedad por parte de organizaciones se traduce en ciertas políticas que desean llegar a un desarrollo sostenible, que permitirá observar una guía para quienes deseen formar parte de la responsabilidad social empresarial, tanto en Ecuador como la puesta en práctica en otros países, los mismos que son:

1. Respetar el tema de legalidad que se encuentre vigente en el Ecuador, para ejecutar herramientas en cuánto a responsabilidad social.
2. Desarrollar negocios productivos que tomen en cuenta el interés de diversos grupos relacionados al mismo, y a la vez apoyen al desarrollo sostenible del país.
3. Mejorar la calidad de vida, no solo de trabajadores y familias, sino de la sociedad civil.
4. Acoger aquellas prácticas avanzadas de gobierno corporativo con las recomendaciones de buen gobierno de reconocimiento, buscando de ésta forma la transparencia empresarial y la confianza mutua entre accionistas e inversionistas.
5. Respetar los derechos humanos, y de especial forma aquellos que rechaza totalmente el trabajo obligado, infantil y forzado.
6. Mantener un enfoque agradable simultáneamente a las relaciones laborales, las mismas que deberán basarse en la igualdad de oportunidades, no discriminación



y el respeto a la diversidad. Logrando un entorno seguro y confiable que facilite la comunicación.

7. Elaborar acciones responsables en la conocida cadena de valor, donde se observan aquellos procedimientos transparentes e imparciales.
8. Fomentar una cultura de respeto al entorno natural, lo que permita reducir el impacto ambiental que genera las organizaciones y la sociedad.
9. Empezar acciones que sean socialmente responsables, tomando en cuenta el control que debe tener las mismas.
10. Generar una sintonía entre los valores empresariales y aquellas expectativas que desea la sociedad.
11. Comunicar las acciones a ejecutar por parte de las organizaciones, de manera que la sociedad observe la labor realizada.

## **1.10 Normativa vigente en el Ecuador**

Dentro de la normativa ecuatoriana existen varias leyes, a las cuales las empresas del país deben acogerse y sobre todo cumplirlas para llevar a cabo sus actividades de manera responsable con la sociedad y el entorno que las rodea, se puede mencionar:

### **1.10.1 Constitución de la República del Ecuador**

Se establecen los derechos y obligaciones que tienen los ciudadanos, muchos de ellos de relacionados a varios de los aspectos que abarca la responsabilidad social empresarial, entre ellos, entiendo que son varios los aspectos que este abarca se mencionan los artículos principales:

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

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración,

y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

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

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

**Art. 97.-** Todas las organizaciones podrán desarrollar formas alternativas de mediación y solución de conflictos, en los casos que permita la ley; actuar por delegación de la autoridad competente, con asunción de la debida responsabilidad compartida con esta autoridad; demandar la reparación de daños ocasionados por entes públicos o privados; formular propuestas y reivindicaciones económicas, políticas, ambientales, sociales y culturales; y las demás iniciativas que contribuyan al buen vivir. Se reconoce al voluntariado de acción social y desarrollo como una forma de participación social.

**Art. 204.-** El pueblo es el mandante y primer fiscalizador del poder público, en ejercicio de su derecho a la participación. La Función de Transparencia y Control Social promoverá e impulsará el control de las entidades y organismos del sector público, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que presten servicios o desarrollen actividades de interés público, para que los realicen con responsabilidad, transparencia y equidad; fomentará e incentivará la participación ciudadana; protegerá el ejercicio y cumplimiento de los derechos; y prevendrá y combatirá la corrupción.

**Art. 315.-** El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras

actividades económicas. Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En cuanto a las responsabilidades del trabajo y la producción el artículo 319 y 320 de la Constitución de la República del Ecuador son los más claros en cuanto a las responsabilidades que se deben cumplir ante la ley:

*Art. 319.-* Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

*Art. 320.-* En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia, económica y social (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

### **1.10.2 Plan Nacional del Buen Vivir.**

Los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, han sido desarrollados justamente para promover actividades de responsabilidad social en el país, los mismos que están sujetos a metas e indicadores a desarrollarse.

Identificando la necesidad de la investigación se puede señalar los objetivos más importantes para promover este tipo de actividades en las empresas específicamente:

**Objetivo 3:** “Mejorar la calidad de vida de la población”.

**3.8.** Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente:

**e.** Impulsar la implementación de planes de salud y seguridad ocupacional en las empresas públicas y privadas.

**h.** Difundir y vigilar el cumplimiento de las normas y los estándares de comportamiento humano, seguridad, protección y producción de bienes o servicios, para prevenir y evitar posibles daños y/o contaminación ambiental, así como la propagación de epidemias o casos de violencia.

**j.** Promover nuevos modelos urbanísticos y de asentamientos humanos ecológicos, con principios de sostenibilidad y sustentabilidad, como modelos de urbanización planificada y ordenada y garantes de calidad de vida (Plan Nacional del Buen Vivir , 2013-2017).

El Objetivo 7 del Plan Nacional del Buen Vivir, es uno de los más importantes al momento de regular el tema de responsabilidad social empresarial en el país, puesto que éste se enfoca exclusivamente a las empresas y regula sus actividades socioeconómicas para proteger el medio ambiente, pues el entorno y el ecosistema que rodea represente el factor indispensable para ofrecer una buena calidad de vida a los ciudadanos, pudiendo mencionar entre los incisos más importantes los siguientes:

**Objetivo 7:** “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”.

**a.** Diseñar e implementar un marco normativo que garantice los derechos de la naturaleza e instaure mecanismos intersectoriales, transversales e integrados, de prevención, control, sanción y restauración integral de daños y pasivo socioambientales, asegurando las compensaciones respectivas y la no repetición de los daños o afectaciones.

7.2. Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios.

7.3. Consolidar la gestión sostenible de los bosques, enmarcada en el modelo de gobernanza forestal:

7.8. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos consumo.

7.9. Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta (Plan Nacional del Buen Vivir , 2013-2017).

Parte de la responsabilidad social empresarial es además con los trabajadores y colaboradores de las empresas y la obligación de ellas y del Estado garantizar las condiciones de trabajo para una mejor calidad de vida.

**Objetivo 9:** “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”.

9.1. Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

9.3. Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales (Plan Nacional del Buen Vivir , 2013-2017).

Adicionalmente hay otros factores que abarcan el tema de RSE, y que se ven reflejados en cierta forma en los siguientes objetivos y sus principales incisos:

**Objetivo 10:** “Impulsar la transformación de la matriz productiva”

10.4. Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero.

**g.** Impulsar la democratización social y ambientalmente responsable del acceso a la tierra, su uso eficiente, productivo y rentable en los procesos productivos, con mecanismos para una inserción sostenible en el mercado, aplicando estrategias diferenciadas de acuerdo a las realidades territoriales.

**Objetivo 11:** “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica”.

**11.2.** Industrializar la actividad minera como eje de la transformación de la matriz productiva, en el marco de la gestión estratégica, sostenible, eficiente, soberana, socialmente justa y ambientalmente sustentable

**d.** Aprovechar los recursos minerales no metálicos de manera técnica, económicamente viable y ambientalmente sustentable, para fomentar encadenamientos productivos, la diversificación de la industria y la inclusión de nuevos actores (Plan Nacional del Buen Vivir , 2013-2017).

### **1.10.3 Ley de gestión ambiental.**

La mencionada ley es una de los más importantes, pues determina las condiciones legales y administrativas al momento de regular el tema de responsabilidad social empresarial, permite regular las actividades que realizan las empresas y que por consecuencia de ello tienen impacto medioambiental, los artículos principales a mencionarse son:

**Art. 1.-** La presente ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

**Art. 2.-** La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de

desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

**Art. 19.-** Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

**Art. 28.-** Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.

**Art. 29.-** Toda persona natural o jurídica tiene derecho a ser informada oportuna y suficientemente sobre cualquier actividad de las instituciones del Estado que conforme al reglamento de esta ley, pueda producir impactos ambientales. Para ello podrá formular peticiones y deducir acciones de carácter individual o colectivo ante las autoridades competentes.

**Art. 40.-** Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados (Ley de gestión ambiental Ecuador, 1999).

#### **1.10.4 Ley orgánica de defensoría del consumidor.**

En esta ley se determina los derechos y obligaciones tanto del consumidor como del proveedor, siendo así se puede señalar algunos artículos en el que se determina que es obligación de los ciudadanos cumplir con las actividades que abarcan la responsabilidad social empresarial:

*Art. 3.-* Derechos y obligaciones complementarias.- Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

*Art. 4.-* Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil (Ley orgánica de defensoría del consumidor, 2000).

Dentro de este artículo los incisos más importantes son:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.

Existen también obligaciones establecidas para el cumplimiento de las responsabilidades sociales, las mismas que están definidas en los siguientes artículos:

*Art. 5.-* Obligaciones del consumidor.- Son obligaciones de los consumidores

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;



2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

**Art. 17.-** Obligaciones del proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 28.-** Responsabilidad solidaria y derecho de repetición.- Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes o servicios prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño. La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Tratándose de la devolución del valor pagado, la acción no podrá intentarse sino respecto del vendedor final. El transportista solo responderá por los daños ocasionados al bien con motivo o en ocasión del servicio por él prestado.

**Art. 57.-** Advertencias permanentes.- Tratándose de productos cuyo uso resultare potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, para la seguridad de sus bienes o del ambiente, el proveedor deberá incorporar en los mismos o en instructivos anexos, las advertencias o indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible (Ley orgánica de defensoría del consumidor, 2000).

En lo que se refiere a la presentación de servicios riesgosos, deberán adoptarse por el proveedor las medidas que resulten necesarias para que aquella se realice en adecuadas condiciones de seguridad, informando al usuario y a quienes pudieren verse afectados por tales riesgos, de las medidas preventivas que deban usarse.

#### **1.10.5 La norma ISO 26000.**

El grupo de normas ISO 26000 es un estándar internacional promulgado por la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés), y crea los principales fundamentos para “identificar y controlar” el impacto ambiental de las empresas, y establece diferentes normativas para operar los diferentes sistemas de gestión ambiental.

Las normas internacionales ISO son de carácter voluntario y permiten establecer un control sobre los procesos de producción, sin embargo su uso referencial es bien acogido por las empresas privadas y también públicas; además de crear una normativa universal, las ISO permiten elaborar indicadores para medir los avances y retrocesos.

La norma ISO 26000 indica todas las especificaciones y directrices generales para aplicar la responsabilidad social en una empresa de cualquier tipo, es por eso que obliga la definición de los siete principios de la responsabilidad social:

- Rendición de cuentas
- Transparencia
- Comportamiento ético.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas.
- Respeto al principio de legalidad.
- Respeto a la norma internacional de comportamiento.
- Respeto a los derechos humanos (Norma Internacional ISO 26000, 2010).

### **1.11 La sociedad civil y el Estado ante la responsabilidad social de las empresas**

El Estado y la sociedad civil han jugado un papel importante en la gestión de las organizaciones dentro de la responsabilidad social, ya que han logrado que las empresas piensen en alternativas y tomen en cuenta sus estrategias y actividades que permitan fomentar la responsabilidad social.

El Estado ha implementado ciertas organizaciones de RSE, que permita una regulación de las diversas actividades o acciones a ejecutar. De esta forma introduce nuevos incentivos para que las empresas formalicen sus políticas y buenas prácticas, mediante la regulación de determinados acuerdos. Además, de incentivar a las empresas para el incremento de su transparencia informativa hacia sus clientes y potenciales clientes. Esto lo consiguen mediante la presentación de informes de sostenibilidad, responsabilidad social empresarial y la comunicación con sus distintos grupos de interés.

De la misma forma, la sociedad civil ha intentado incluir sus opiniones, para que las empresas como el Estado, puedan escuchar sus requerimientos y necesidades, ya que en la sociedad de consumismo se desea encontrar un ambiente en donde las empresas incluyan entre sus diversas funciones, acciones que permita un crecimiento sostenible en cuanto al mejoramiento de la sociedad y su ambiente.

La planificación y la ejecución conjunta de programas, establecimiento de buenas relaciones interinstitucionales e identificación de actores y grupos afectados, pueden ser algunos puntos de vista, donde el Estado y la sociedad civil muestren su apoyo a la empresa privada. Las acciones puestas en marcha por parte de la inversión privada en temas de RSE, en ciertos países con grandes ciudades, han llegado a suplir el rol que tiene el gobierno en actividades de responsabilidad social, donde se ha podido observar que ciertas políticas estatales no abastecen las necesidades y requerimientos en determinados aspectos, como por ejemplo seguridad, salud, protección y primordialmente cuidado ambiental.

Las organizaciones hoy en día han implementado en su programación acciones referentes a la RSE, desarrollando de ésta forma un alto impacto en la sociedad y en sí para el mundo. Sin embargo, las empresas privadas no pueden llegar a una posición en donde patrocinarán la falta de responsabilidad por parte del gobierno.

Mediante políticas sociales, es el Estado el que debe convertirse en un ejemplo a seguir de responsabilidad social ante organizaciones y la sociedad. Sin embargo, se debe reconocer que el Estado ha trabajado en el tema implementando planes en cuanto a la temática social, pero con la carencia de un plan de recursos humanos que permita la implementación de programas sociales.

Este tema conlleva un concepto primordial que es la responsabilidad social estatal, la misma que se la define como aquella gestión que relaciona la ética de sus gobernantes y aquellas necesidades. Sin descuidar el desarrollo sustentable, donde se consiga preservar recursos ambientales, culturales y civiles. Creando de ésta forma progreso en el nivel de vida de la sociedad.

El tipo de relación articulada con el Estado tiene la ventaja de relacionarse con recursos públicos y ser bien visto por las autoridades. Ejemplo de esto es la acción de muchas empresas, de apoyar en infraestructuras y dotación e escuelas privadas en sectores populares, donde la totalidad de docentes y parte de los gastos operativos están siendo financiados por el Estado (Rodríguez, 2005).

Este tipo de responsabilidad social busca que sus funcionarios acepten la responsabilidad social estatal dentro de sus labores, con un compromiso para el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y el apoyo hacia las organizaciones que buscan cumplir un objetivo de RSE.

## **1.12 El Estado como actor principal del sector público para promover la responsabilidad social empresarial**

El Estado se considera uno de los principales actores dentro de la responsabilidad social empresarial, ya que es el que desarrolla políticas sociales que permitirá regular a organizaciones en las diversas acciones que deseen poner en marcha hacia la sociedad.

En un futuro el Estado podría cumplir con ciertos roles que le permita incentivar y promover la responsabilidad social empresarial, en primer lugar conocer a fondo lo que significa RSE considerándola como una acción voluntaria por parte de las organizaciones hacia la sociedad, aunque tras esta actuación el Estado no puede determinar su obligatoriedad.

En el Ecuador, el Estado se encuentra cada día más abierto al tema de la RSE, donde se ha implementado políticas sociales hacia la inversión empresarial responsable. De manera general hay distintas formas de clasificar las funciones que el Estado puede asumir, es decir que se pueda aplicar a la responsabilidad social. Hay cuatro roles que puede asumir el Estado ante la responsabilidad social: ordenar, facilitar, asociarse y avalar.

Uno de los planes primordiales que el Gobierno ha implementado en el Ecuador es el Plan Nacional del Buen Vivir, como se mencionó anteriormente, observándolo como una herramienta de planificación estatal en diversas áreas de desarrollo. Por ende se desea que el plan sea conocido y puesto en práctica por la sociedad de acuerdo a sus distintos actores públicos. La empresa privada debe seguir más a fondo el plan de manera que sus estrategias cumplan con alguno de sus objetivos principales, los mismos que buscan el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos. Sin embargo, es muy bajo el porcentaje de organizaciones que tiene conocimiento del Plan Nacional del Buen Vivir, siendo un instrumento vital para el cumplimiento de sus objetivos en cuanto a responsabilidad social empresarial.

### **1.13 El sector privado como actores principales de la responsabilidad social empresarial en el Ecuador**

Dentro del sector privado se encuentran como actores principales la empresa y la sociedad civil siendo entre ellos interrelacionados cuando se desea construir y desarrollar nuevas estrategias de responsabilidad social, tomando en cuenta que las mismas deben ser sostenibles en un futuro y observando efectos reales. Se puede determinar esta unión entre los actores mediante la puesta en marcha de sus fortalezas.

Cuando los tres actores trabajan en conjunto se incrementa un valor que por separado no lo conseguirían. Denominándose de ésta forma por el aporte que tiene cada uno en la edificación de la responsabilidad social.

Se debe formar una cultura de diálogo entre Estado, empresa y sociedad de manera que se cree valor fomentando alianzas estratégicas, que promuevan la responsabilidad social empresarial, basándose en la credibilidad y el cumplimiento de acciones. Para que el trabajo mutuo sea el correcto es necesario que cada uno de los actores conozca con claridad su rol, de ésta forma serán mayores las posibilidad de implementar acciones coherentes y reales.

Resulta importante que las organizaciones y la sociedad relacionen el concepto de RSE de manera que exista un comportamiento responsable y ético, sin embargo, existe aún ese conocimiento parcial del tema. Para los actores sociales, los términos básicos a la RSE son un adecuado comportamiento tanto ético como transparente, basándose en el cumplimiento de la ley, sobre el mismo donde se construye la responsabilidad social. No obstante, se logra destacar conceptos como el cuidado ambiental, el apoyo a la sociedad y el respeto a los trabajadores.

## **1.14 Principales organizaciones de responsabilidad social empresarial en el país**

En Ecuador se ha observado un gran porcentaje de empresas que forman parte de la responsabilidad social mediante acciones que perduren en el tiempo, además de crear valor dentro de la empresa y para la sociedad. La responsabilidad y sostenibilidad llegan a ser procesos mutuamente relacionados, ya que si la empresa gana, el entorno también lo hace, donde sus estrategias se encuentran alineadas entre sí.

### **1.14.1 Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) y su papel en el Ecuador.**

IRSE es parte de la Fundación Horizontes, una persona jurídica, aprobada mediante Acuerdo No. 472, del 29 de diciembre de 2005, por el Ministerio de Educación y Cultura de la República del Ecuador.

Es así que el IRSE, es el encargado de impulsar la aplicación de metodológica de la RSE con base en la implantación de un modelo de responsabilidad social, la utilización de herramientas universales para que las organizaciones coadyuven en la mejora de la sociedad, a través de la excelencia institucional y sus legítimos fines pero, sobre todo, fundamentándose en valores, transparencia y ética.

El IRSE plantea a la responsabilidad social como aquel medio que permite la integración de estrategias por parte de las empresas conjuntamente con sus objetivos, principios y valores. El IRSE consigue ser ese medio para lograr la integración. Su planteamiento principal es que las organizaciones no descuiden sus valores y principios, observando que los mismos logren un desarrollo sostenible en el tiempo, tanto de la sociedad como del medio ambiente.

Existen ciertos servicios que ofrece el IRSE, los mismos que se encuentran direccionados a empresas con o sin fines de lucro, privadas, públicas, pequeñas, medianas, grandes, nacionales, multinacionales, comercial, industriales, de servicio.

Entre sus principales guías para el fundamento de IRSE se tiene en cuenta:

1. Norma ISO 26000 de responsabilidad social
2. Guía GRI para elaboración de memorias de sostenibilidad
3. Sistema de gestión ética y de RSE SGE 21

#### **1.14.2 Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), y su papel en el Ecuador.**

El consorcio ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES), es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil, comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica

CERES impulsa y difunde las mejores prácticas de responsabilidad social corporativa, que son aquellas que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre responsabilidad social en Ecuador y es aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras de responsabilidad social en la región y convirtió en la plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad.

El CERES promueve el correcto manejo de la responsabilidad social, mediante la implementación de agrupaciones que se encuentren comprometidas con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, el CERES es una organización sin fines de lucro, donde sus principales valores son:

- Equidad e impacto
- Transparencia y solidaridad
- Libertad y respeto
- Corresponsabilidad
- Integridad



- Eficiencia
- Calidad

CERES cuenta con un “Código de ética” interno el cual determina los valores y principios que rigen el actuar de la organización y quienes la integran, sin importar la naturaleza y fines de los mismos. Este código busca sensibilizar, apoyar e involucrar a las organizaciones a gestionar sus negocios de manera responsable, para que de ésta forma se conviertan en agentes de cambio, hacia una sociedad sostenible (CERES, 2005).

CERES impulsa el desarrollo de herramientas metodológicas, espacios para el debate y conocimiento y programas en redes temáticas de responsabilidad social. De esta forma, ha logrado que muchas empresas ingresen a este grupo selecto, ya que las mismas basan sus estrategias en guías para el desarrollo sostenible y mejoramiento de la calidad de vida.

## **CAPÍTULO 2**

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS CENTROS COMERCIALES**

#### **2.1 Los centros comerciales**

Los centros comerciales son construcciones que constan de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que albergan locales ordenados en un espacio determinado, concentrando la mayor cantidad de clientes potenciales dentro del lugar. “centros comerciales concebidos como una concentración artificial y planificada de establecimientos dentro de un mismo edificio” (Molinillo, 2002, pág. 174).

Existen varias definiciones de los centros comerciales, dentro de las cuales se puede señalar las siguientes:

- a) Hace referencia a aquellos distritos o lugares dentro de una ciudad en los que existe una gran cantidad de comercios y establecimientos de venta al público.
- b) Para designar un área situada fuera de las grandes ciudades, en las que expresamente se ha creado una gran cantidad de establecimientos diversos, con los servicios adecuados para atender a las necesidades del público, y cuya implantación ha venido motivada, entre factores, por el deseo de descongestionar las ciudades.
- c) Para referirse a un conjunto de pequeños establecimientos de diferentes características que se crean en un mismo edificio, dentro de las ciudades, con el fin de presentar a los posibles compradores una amplia variedad de productos.
- d) En un sentido más amplio, para designar la zona geográfica formada por una determinada localidad y los diferentes núcleos de población circundantes, desde donde los habitantes acuden a realizar la mayoría de sus compras (Escudero, 2008, pág. 28).

Los centros comerciales son espacios grandes que se caracterizan por presentar localidades que ofrecen diferentes servicios, el capitalismo hace que estos se cimienten hasta hoy en la actualidad. Estos fueron pensados con el fin de ofrecer al usuario un lugar donde pueda satisfacer todas sus necesidades (alimentación, vestido, dinero), haciendo que el dinero se mueva en el mismo lugar sin necesidad que el usuario tenga que trasladarse de un lugar a otro.

### **2.1.1 Historia de los centros comerciales.**

El término “centro comercial” ha ido evolucionando desde principios de los años 1950. La nomenclatura de la industria ofrecía originalmente cuatro términos básicos: vecindario, comunitario, regional y súper regional. Sin embargo, con el apareamiento de la industria y al capitalismo estas se han ido transformando.

Los primeros centros comerciales aparecieron en los Estados Unidos a mediados del siglo XX aunque no se puede mencionar cual fue el primero, pero se puede mencionar al “Rolando Park” en Baltimore construido en 1907, el cual constaba de una serie de locales y parqueado en frente.

En los años 70 se construyó el "Northgate Center" fue el primer centro con un pasillo central (mall), el cual estaba techado y permitía hacer compras independientemente del clima que se presente.

Centro comercial es un lugar geográfico donde se concentra la oferta de bienes y servicios. Concepto equivalente al concepto de mercado geográfico desde el punto de vista de la oferta. Para completar el concepto de mercado hay que determinarlo desde el punto de vista de la demanda, así: área comercial es territorio donde se concentran la demanda que nutre la actividad del centro comercial (Lobato, 2006, pág. 17).

El centro comercial se determinó como un conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad, cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionados con su entorno, disponen permanentemente de una imagen y gestión.

Los centros comerciales eran espacios destinados al comercio en la antigua Grecia, Roma y el norte de África y los bazares de Oriente Medio, entre otros. Las calles y los cascos históricos de carácter comercial son otras manifestaciones de esta tendencia a la agrupación espacial de actividades de servicios y, muy particularmente, de los distributivos. La configuración actual de estos centros comerciales naturales ha dado origen a la denominación hegemónica de centros comerciales abiertos (Alcaraz, 2010, pág. 92).

Los centros comerciales son un espacio amplio y simbólico urbano que originalmente va más allá del mercado común o locales comunes de un lugar al aire libre, y su objetivo principal es generar tendencias de consumismo en la población de todo género social o económico.

### **2.1.2 Tamaño de los centros comerciales.**

Según los acuerdos alcanzados por International Council of Shopping Centers y las asociaciones de centros comerciales de países europeos, la clasificación por tamaño de los centros comerciales es:

- Muy grande (MG) más de 79.999 m<sup>2</sup>
- Grande (GR) entre 40.000 y 79.999 m<sup>2</sup>,
- Mediano (ME) entre 20.000 y 39.999 m<sup>2</sup>,
- Pequeño (PE) entre 5.000 y 19.999 m<sup>2</sup>.

Los edificios con menos de 5.000 m<sup>2</sup> no se consideran centros comerciales sino galerías comerciales.

### **2.1.3 Características de los centros comerciales.**

La mayoría de los centros comerciales se caracterizan por ofrecer al usuario una variedad de productos y/o servicios en un mismo espacio y tiempo determinado, entre las que se tiene:

- Poseen un orden por sección determinado
- Son habituales en ciudades grandes.
- Entidad comercial y económica
- Connotación sociológica y antropológica por ser un espacio de intercambio social, cultural y humano.

Se determina las características más relevantes de los centros comerciales:

- a) Los minoristas forman un almacén.
- b) Los comercios existentes se configuran para cubrir el mayor número de acciones posibles y competir entre ellos. Las sesiones más frecuentes son alimentación, textil, calzado, droguería y perfumería.
- c) Independencia administrativa de los puntos de venta, excepto cuando existen acuerdos o limitaciones comunes.
- d) Organización, coordinación y servicios comunes de sus acciones comerciales. Existen dos posibilidades para el nombre comercial: la utilización, exclusivamente, del nombre del almacén comercial por todos los miembros o, alternativamente, utilizar el nombre de cada establecimiento solo o acompañado del emblema del centro comercial (Santos, Distribución Comercial, 2006).

#### 2.1.4 Clasificación de los centros comerciales.

- **Centro cerrado:** “El corredor es típicamente cerrado, climatizado e iluminado, bordeado por uno o ambos lados por frentes de tiendas y entradas” (Muñoz, 2006). Se provee estacionamiento en el lugar, generalmente alrededor del perímetro del centro, puede ser nivel de la superficie o con estructura de varios niveles.
- **Centro abierto:** A una franja de tiendas o de centros de servicio adjuntos en línea recta administrados como una unidad, con estacionamiento en el sitio, ubicado generalmente al frente de las tiendas y con áreas comunes al aire libre.
- **Mall:** “Cualquier centro comercial grande, por lo general, con estacionamiento adyacente y hacia fuera de los edificios” (Carrillo, 2012).
- **Outlet:** Los llamados centros populares o de minoristas, donde se ofrece todo tipo de mercancías, la mayoría de ellas de venta directa, normalmente ubicados en amplios terrenos con buenos accesos y con un gran número de viviendas en los alrededores.
- **Urban Mall:** “Centro comercial localizado en las grandes ciudades y/o puede ser construido en varios niveles, con un estacionamiento multinivel adyacente” (Carrillo, 2012).
- **Centro temático:** “Centros formados por locales individuales agrupados bajo un mismo tema o actividad” (Muñoz, 2006).

La mayoría de la empresas que conforman los centros comerciales por lo general son grandes cadenas sean de suministros varios o se servicios, entre ellos se puede mencionar a la cadena Supermaxi, Marathon Sport, entre otros, por a la gran influencia que tienen estas cadenas el centro comercial obtiene popularidad, ya muchas de ellas

tiene campañas de responsabilidad social independientemente del centro comercial donde se ubiquen.

## 2.2 Centros comerciales en la ciudad de Quito

En la actualidad la ciudad de Quito cuenta con grandes centros comerciales, los cuales se refieren a varios tipos de negocios y entretenimientos que los caracteriza para satisfacer la necesidades del consumidor, pero así mismo tienen que cumplir con ciertos lineamientos como son: estacionamientos, dimensiones de puertas, tipo de ventilación (natural o mecánica), dimensión apropiada de baterías sanitarias, sistemas de protección y seguridad para los usuarios, servicios médicos, cajeros automáticos, entre otros., permitiendo que estos requisitos vuelvan seguros y cómodos a los centros comerciales.

La ciudad de Quito en su último censo económico del 2010 realizado por el INEC, determinó que luego de la “administración zonal Eugenio Espejo” que comprende centro-sur de la ciudad, “la administración zonal Eloy Alfaro” que corresponde al sector sur es la zona que concentra gran parte del número de empresas de Quito y está clasificado en segundo lugar por ingresos declarados, y esto es debido a la concentración económica que se da en los centros comerciales:

Tabla 1. Número de establecimientos por administración zonal

<b>Número de establecimientos por AZ</b>				
<b>Administración Zonal</b>	<b>Clasificación por ingreso declarado</b>			
	<b>Micro</b>	<b>Peq</b>	<b>Mediana</b>	<b>Grande</b>
Calderón	4.871	251	52	25
Eloy Alfaro	18.412	833	154	53
Eugenio Espejo	20.998	4.126	1.031	610
La Delicia	10.213	862	249	140
Los Chillos	3.044	133	29	10
Manuela Sáenz	15.169	798	91	43
Quitumbe	10.382	332	53	40
Tumbaco	4.402	424	73	35
<b>Total</b>	<b>87.491</b>	<b>7.759</b>	<b>1.732</b>	<b>956</b>

Fuente: INEC (Boletín Estadístico Mensual ICQ, 2013).

### **2.2.1 Centros comerciales en el sector sur de la ciudad de Quito.**

Como anteriormente se mencionó el Distrito Metropolitano de Quito ha dividido a la ciudad en varias administraciones zonales, y precisamente se ha caracterizado al sur de la ciudad como una zona de alta inmigración nacional, en continuo crecimiento, renovación y sobre todo de alta actividad comercial; siendo así la mencionada administración zonal Eloy Alfaro, ha planteado su visión de la siguiente manera:

La administración zonal Eloy Alfaro, mediante procesos participativos y democráticos, trabaja con la comunidad del sur para integrarla en la planificación de su desarrollo, mediante su presencia y participación en los diferentes asambleas sectoriales, asambleas barriales, asambleas sociales, temáticas y de género, en ejecución de mingas comunitarias, talleres informativos, asambleas, reuniones barriales, firma de convenios para la realización de obras, dotación de infraestructura y recuperación del entorno comunitario (Administración Zonal Eloy Alfaro, 2014).

La zona Eloy Alfaro, es el sector donde se concentra un alto número de empresas y es precisamente en los centros comerciales donde existe una mayor aglomeración de las mismas, además de clientes y consumidores que acuden frecuentemente a estos lugares, siendo los más importantes los siguientes:

- **Ciudad Comercial el Recreo**

Denominada como Ciudad Comercial El Recreo, que desde su origen hasta el año 2000, fue evidente el cambio de actitud hacia el sur de Quito, como una posibilidad de negocios para los comerciantes. La primera etapa contaba con 157 locales comerciales entre los que se anotaban anclas de gran prestigio como: Supermaxi, Etafashion, Súper Éxitos, Marathon Sport y Multicines, convirtiéndose en el complejo más grande de la ciudad, pues tiene la capacidad de alojar 2000 personas en sus instalaciones.



Ciudad Comercial El Recreo tiene 14 años en el mercado, se inauguró en diciembre de 1995. El nombre de Ciudad Comercial El Recreo se remonta a más de 50 años atrás, cuando en su lugar existía la inmensa “hacienda El Recreo”, de allí la denominación del barrio El Recreo.

Cuando se dio la escisión de la internacional, sobre el lote que fue de esta fábrica durante cuarenta años, surge inmobiliaria del Pacífico, Impacsa, que es una compañía conformada por los ex accionistas de la hasta entonces industria textil. Impacsa, con asesoría colombiana, hizo un estudio de mercado que demostró la necesidad de la implementación de servicios que no existían en el sur de la ciudad de Quito: Un centro comercial, departamentos y clínica al día, entre otros, para los cuales había un gran mercado con más o menos 650 mil personas.

La idea fue empezar a desarrollar el centro comercial en etapas. Es así que la primera etapa de C.C. El Recreo se inauguró el 16 de diciembre de 1995 con muy pocos locales abiertos, muchos comerciantes aún escépticos y una gran cantidad de visitantes que desde el primer momento hacían suyo el único centro comercial del Sur.

Desde sus inicios hasta el año 2000, fue evidente el cambio de actitud hacia el sur de Quito, como una posibilidad de negocios para los comerciantes.

Una vez comprobado el éxito de Ciudad Comercial El Recreo, el gran número de comerciantes que buscaban un lugar, y la gran cantidad de visitantes se inició la construcción de la segunda etapa en el mes de noviembre del 2001. Esta nueva etapa se abrió al público en diciembre del 2002.

Se adicionaron 150 locales al centro comercial, que incluyeron las anclas: Fybeca, Almacenes Montero, Super Paco, Marathon Sports y Japón Moda y Estilos; adicionalmente se ratificó el éxito logrado por los copropietarios de la primera etapa con la expansión de un importante número de ellos. Como una idea totalmente innovadora se añadió al centro comercial, un auténtico sitio especializado exclusivamente en tecnología llamado Recreo Online (Ciudad Comercial El Recreo, 2014).

Para el 2007, Ciudad Comercial El Recreo ya inauguró la tercera etapa, contando con la presencia de un Megamaxi y el local más grande de la cadena Marathon Sport, proporcionando a la comunidad además de entretenimiento, un servicio totalmente completo.

El año pasado se inauguró MediRecreo, el primer centro médico ubicado en un centro comercial, que ofrece una amplia gama de especialidades médicas, servicio de laboratorio e imagen. Además la inauguración de la primera biblioteca del sur de Quito que presta libros a domicilio, llamado BiblioRecreo, siendo ésta una muestra de responsabilidad social para todos sus clientes, debido a que posee más de 12.000 títulos totalmente disponibles a sus visitantes.

Durante el transcurso de este año se empezará la construcción de la cuarta etapa, misma que estará lista para el 2015, incluyéndose nuevas marcas, zonas bancarias y otras, con la finalidad de consolidarse como el centro comercial más grande y completo del país (Ciudad Comercial El Recreo, 2014).

- **Centro comercial Atahualpa**

Es el primer centro comercial ubicado al sur de la urbe, su construcción transformó totalmente el sur de Quito, ya que fue responsable de provocar el crecimiento del sector, incentivando a su entorno en el desarrolló arquitectónico habitacional, transporte de negocios y financieros; poco a poco y viendo el desarrollo que éste centro comercial provocó, otras empresas también decidieron en invertir en el sur de la ciudad.

El centro comercial Atahualpa está considerado como el punto de encuentro, además del ser el centro de negociación del sector, con un promedio diario de 14.000 transacciones, lo que representa la opción más importante como vitrina para cualquier empresa (Centro Comercial Atahualpa, 2014).

El centro comercial Atahualpa, abrió sus puertas al público hace casi 19 años, en octubre de 1993. La idea de potenciar el crecimiento económico de la ciudad es lo que les llevo a sus fundadores a plantear la idea de brindar un servicio de este tipo.

Se construyó el centro, con el fin de proporcionar productos y servicios de calidad, en un ambiente acogedor y un espacio moderadamente grande en el que fuera fácil ubicar los almacenes. La edificación transformó el sur de Quito, al provocar el crecimiento del sector, tanto en vivienda como en comercio (Centro Comercial Atahualpa, 2014).

- **Centro comercial Quicentro Sur**

Este centro comercial se inauguró tan solo hace tres años, pese a ser el más nuevo del sector sur de la ciudad tiene un alto porcentaje de visitantes mensuales y seguramente se proyecta a aumentar el número, pues está buscando innovaciones que capten el mayor afluencia de personas.

Quicentro Sur abrió sus puertas el martes 10 de agosto del 2011. El centro comercial fue levantado en el sur de la ciudad con la expectativa de convertirse en parte activa de la comunidad del sector. Siempre buscó

contribuir con el desarrollo económico y urbanístico del sur de la capital, es el más grande proyecto construido en una sola etapa. No solo es una edificación de primera calidad que en su arquitectura recoge el espíritu industrial que inspiró el crecimiento de la zona, si no que hoy por hoy recibe a millones de visitantes anualmente y forma parte activa de la vida de su gente.

Cuenta con la mejor oferta comercial, en un ambiente amplio, limpio e iluminado, que hará de su visita un paseo inolvidable. Además ponemos a su disposición nuestras alternativas de entretenimiento a un nivel superior, y nuestro gran patio de comidas que posee una extensa variedad para complacer cualquier paladar y luego darse un gustito con la innumerable oferta en postres (Centro Comercial Quicentro Sur, 2014).

El propietario de la cadena de centros comerciales “Quicentro”, “San Marino Shopping” y “Granados Plaza” es DK Management Services, es una empresa creada para brindar a los clientes un servicio líder, en gestión y operación de centros comerciales.

La empresa de administración fue creada en el año 2002 bajo el nombre de Preserlab, gestionando recursos humanos, pero en el 2006 cambia su actividad económica a operadores de centros comerciales, su administración se encarga de manejar a todas sus sucursales manejando la misma política empresarial en cada uno de ellas.

### **2.3 Centros comerciales y la responsabilidad social empresarial**

Las actividades de responsabilidad social que realicen los centros comerciales siempre deben estar enfocadas en atenciones hacia la comunidad y a todos los actores que forman parte de la organización; por tanto se debe plantear estrategias, actividades y objetivos que sean aplicables y viables.

La responsabilidad social en los centros comerciales constituyen todas las actividades que definen a la empresa como socialmente responsable; y son varios los factores que lo determinan sean accionistas, colaboradores, proveedores, clientes, comunidad, medio ambiente, gobierno y sociedad civil, incluso la normativa legal y vigente.

Para desarrollar propuestas o estrategias enfocadas en la responsabilidad social debe ser tanto a mediano como a largo plazo y por supuesto de conocimiento de todos los colaboradores, de igual forma debe ser transversal a toda la empresa, no debe responder solo a una instancia o gerencia, sino que debe buscar el equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales.

Lo importante de determinar los factores de responsabilidad social en un centro comercial, es que éstos son claves para dar sentido y valor a la integración de modelos y elementos de la gestión de responsabilidad social empresarial.

Dichos modelos deben estar dirigidos hacia varios enfoques, dependiendo de su entorno pueden ser empresariales, sociales, legales o políticos, pero no se debe analizar por separado, sino más bien como un todo interrelacionado de factores que generan valores agregados al centro comercial y lo asuman como un modelo de gestión.

#### **2.4 Recopilación de datos y análisis de la investigación de campo**

Dentro de la responsabilidad social empresarial en los centros comerciales, los actores sociales son parte fundamental para el levantamiento de la información, pues en base a ellos se puede determinar las estrategias a desarrollarse para una propuesta adecuada de un modelo de responsabilidad social empresarial.

La metodología más adecuada además del exploratorio, histórica y descriptiva es la entrevista a los administradores, dirigentes, especialistas en el tema, pues su aporte brindará iniciativas, metas y herramientas orientadas hacia la estrategia más adecuada de implementar RSE.

#### **2.4.1 Técnicas de procesamientos y análisis de los datos.**

Dentro del enfoque cualitativo con que opera esta investigación, la entrevista es una técnica que permite indagar las particularidades y opiniones de los administradores encargados de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo, además de conocer sus principales intereses detrás de un plan o modelo de responsabilidad social.

Lo interesante de una entrevista, es que permite desarrollar un diálogo, y a través de éste, poner mayor énfasis en las cuestiones más conflictivas o que son de mayor interés al objetivo de esta investigación.

#### **2.4.2 Análisis e interpretación de datos de las entrevistas aplicadas a los representantes de cada centro comercial.**

Se realizó una entrevista estructurada a tres representantes de cada centro comercial:

- Economista Marianela Berrazueta, Administradora General de Ciudad Comercial El Recreo.
- Ingeniero Pablo Sarzosa, Administrador Centro Comercial Atahualpa.
- Ingeniera Carla Viteri, Centro Comercial Quicentro Sur.

Se realiza un análisis de tipo reflexivo del contenido de las entrevistas, donde se puede profundizar los temas de cada pregunta mediante el diálogo directo entre el entrevistado y el entrevistador; la misma que es rescatada de ciertas expresiones sutiles y comentarios puntuales de los entrevistados, para luego separarlos y clasificarlos según los objetivos e intereses de esta investigación, finalmente se realiza una interpretación reflexiva del contenido de sus respuestas. El análisis se presenta a continuación:

### **Pregunta 1. ¿Qué es la responsabilidad social?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** Determina que la responsabilidad social es la obligatoriedad de las empresas de hacer sentir su participación mediante planes, proyectos que beneficien tanto al consumidor como el medio ambiente, implica no solamente cumplir la ley que el Estado ecuatoriano determina, sino más bien el de contribuir como filosofía empresarial en beneficio del país.
- **Centro Comercial Atahualpa:** Concuerta que es una manera de devolver al entorno y medio ambiente en donde se desarrolla la actividad o gestión, siendo de gran responsabilidad de estas, mejorar la calidad de vida y el entorno de una comunidad.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** La empresa en general busca trabajar en forma armónica con los clientes, concesionarios, proveedores, trabajadores y la comunidad que los rodea, priorizando ante todo la protección del medio ambiente.

Como centro comercial concuerdan que la responsabilidad social es aquella obligación que tienen todas las empresas para con la sociedad, mediante la implementación de diversas campañas de concientización sobre problemas ambientales y la importancia del reciclaje.

### **Pregunta 2. ¿Por qué es importante que participen las empresas en la responsabilidad social?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** El entrevistado concluye que es importante que las empresas a parte de cumplir con los reglamentos y estatutos estatales, contribuyan mediante su participación activa a minimizarlos efectos que causa las actividades de las empresas tanto en la sociedad como en el medio ambiente.

Determinan que los centros comerciales son generadores de una gran cantidad de desechos orgánicos e inorgánicos, que pueden dañar al entorno social y medio ambiente, por ende la participación en responsabilidad social debería ser de suma obligatoriedad, para mejorar y minimizar el impacto ambiental de dichas actividades.

Además, expresan que Ciudad Comercial El Recreo cuenta con presupuesto y recursos que con la participación continua de diferentes autoridades desarrolla actividades y proyectos con el fin de lograr mejores resultados a nivel de una gestión de responsabilidad social.

- **Centro Comercial Atahualpa:** Permite a la comunidad que los rodea sentirse comprometidos con el cuidado de su entorno, no solo refiriéndose al tema ambiental, sino al tema cultural, educativo, y de participación ciudadana.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** Se reconoce la importancia de cada visitante del centro comercial, con el objetivo de sobrepasar sus expectativas y brindarle ambientes de sano esparcimiento, cultura, unión familiar y compras en un solo sitio, bajo altos estándares, cada objetivo del plan estratégico mantiene una íntima relación con la responsabilidad social empresarial.

### **Pregunta 3. ¿Cómo debe ser una empresa socialmente responsable?**

- **Centro Comercial El Recreo:** Concluye que una empresa socialmente responsable es la que cumple con los derechos, deberes y obligaciones establecidos por la ley, concuerdan que una empresa además de sostener su misión y visión, la responsabilidad social debería ser su filosofía.

Además, determinan que la responsabilidad social implica también entender el entorno en el que se está trabajando y por ende el que hay que cuidar, mejorar y fortalecer.



Expresan que es importante que se determine un análisis situacional del entorno de la empresa para desarrollar una gestión acorde a los requerimientos de la realidad, este aporte generará el menor impacto dañino en la sociedad.

- **Centro Comercial Atahualpa:** Aquella empresa que se preocupa por el bienestar de sus clientes en todos sus aspectos, es socialmente responsable, y como muestra de ello es la participación activa de los vecinos, clientes y público en general en todas las actividades que emprende el centro comercial.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** Afirma que es aquella que trabaja en armonía con todos sus colaboradores y trabajadores, incluso con el medio ambiente, para ello la empresa cuenta con un equipo humano comprometido, altamente capacitado, que puede crecer profesional y personalmente.

**Pregunta 4. ¿Actualmente usted cree que los centros comerciales aplican la responsabilidad social empresarial?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** Determina que no conoce sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial de otros centros comerciales, que conocen de proyectos y actividades de responsabilidad social aplicados en distintos países, que han sido de referencia para desarrollar e implementar los actuales y futuros proyectos.
- **Centro Comercial Atahualpa:** Son pocos los centros comerciales que desarrollan con factibilidad proyectos de responsabilidad social, la mayoría se enfoca en las ventas y posición de la marca, el centro comercial Atahualpa si aplica la responsabilidad social y a la vez responde a las necesidades actuales de la sociedad.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** La aplicación más clara de Responsabilidad social empresarial de los centros comerciales, está enfocada a minimizar el

impacto ambiental generado por la utilización de instrumentos y materiales nocivos para el bienestar de la sociedad, por ende su aplicación resulta importante y necesaria.

**Pregunta 5. ¿De qué manera aplica el centro comercial la responsabilidad social?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** Concuerdan que Ciudad Comercial El Recreo desarrolla proyectos de acuerdo al entorno y necesidad en la que se desarrolla dicha actividad, explica que se trabaja por varios niveles, a nivel de la basura se genera aproximadamente 3 toneladas diarias, por ende se desarrolla el proyecto de reciclaje donde se insertan personas y familias microempresarias que se encargan de dicha recolección. Determinan que se aplica el tema de resolver el impacto generando empleo.

Otro de los proyectos desarrollados y el mejor estructurado que tiene el centro comercial es el “BiblioRecreo”, esta es una biblioteca para los usuarios que viven en el sector sur de Quito, con cero fines comerciales donde libremente se presta un libro, lo leen y lo devuelven.

Además, de estos determinan que tienen otros proyectos específicos como brindar seguridad en los alrededores del centro comercial especialmente al parque cercano, proyectos de tráfico y a futuro la creación de una planta de agua, con el fin de que toda el agua que desperdiciamos sea apta para el consumo.

- **Centro Comercial Atahualpa:** La idea fundamental del centro comercial es convertirse en un centro cultural y no solo de negocios; se ha comenzado apoyando a la gente en temas de bailo terapia los fines de semana, además de una programación artística hasta concluir el año.

Para los niños se ha desarrollado programas de teatros, títeres, danza, juegos, de manera que se convierta en un centro cultural y sobre todo familiar; pues se ha

visto que diariamente asisten familias completas al centro comercial y mucho más los fines de semana, no es un centro muy grande pero tiene todo lo necesario para cubrir las necesidades.

- **Centro Comercial Quicentro Sur:** La empresa DK Management es bastante grande a nivel nacional, sin embargo se ha preocupado por incentivar actividades de responsabilidad social, presenta dentro de su administración una propuesta de valor constituida en las políticas de la empresa, respetando los principios tales como: cultura de servicio al cliente, responsabilidad social, política de calidad, seguridad integral, reconocimiento.

Se trabaja en forma armónica con los clientes, concesionarios, proveedores, trabajadores y comunidad, priorizando la protección del medio ambiente.

Se formaliza e integra a los comerciantes en un solo sitio y se cumple con las normas y regulaciones establecidas en control ambiental, seguridad social.

Entre los últimos acuerdos de responsabilidad social está la asociatividad del Grupo DK y CLARO donde muestran su compromiso con el ambiente ofreciendo la oportunidad de que sus clientes puedan sumarse al programa de reciclaje de celulares. Con las ánforas colocadas en San Marino Shopping, Quicentro, y Granados Plaza, los interesados pueden reciclar equipos, baterías y accesorios para que puedan cumplir con el proceso adecuado de destrucción y recuperación de materiales. Con este programa de responsabilidad social se está fomentando el reciclaje en el país.

La persona entrevistada indica que como parte de su responsabilidad social, trabaja en conjunto con diversas entidades tanto públicas como privadas, por ejemplo la conocida campaña “Reduce, Rehusa y Recicla”, donde el centro comercial se encarga de ofrecer espacios para actividades BTL donde concientizan a los clientes la importancia que tiene el reciclar. Dan a conocer su lema “Trabajamos para vivir mejor”.

**Pregunta 6. ¿Considera usted qué es importante la difusión de las actividades que realiza el centro comercial?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** Determina que es de suma importancia la difusión de las actividades que realiza Ciudad Comercial El Recreo, primero porque el difundirlas ayudará a involucrar a más gente, “como empresa inspiradora a otras”, segundo porque es bueno que se reconozca lo que se hace, genera más humanidad, empatía, la comunicación y los proyectos deben ser coherentes.
- **Centro Comercial Atahualpa:** Es importante la difusión en cuanto la gente pueda participar y apoyar, hay que ser muy mesurados en el tema de hacer marketing con la responsabilidad social, entonces hay que ser muy cautos en la forma de hacer campaña.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** En este caso la empresa hace uso de las agencias de publicidad especializadas que ayuda a la ejecución de sus estrategias previamente establecidas, algunas de ellas respecto al tema de responsabilidad social.

**Pregunta 7. ¿Considera usted qué se debe implementar un proyecto o modelo de responsabilidad social que se encuentre encaminado en las actividades que realice el centro comercial?**

- **Ciudad Comercial El Recreo:** Se consideran que se debe implementar un proyecto o modelo de responsabilidad social que se encuentre encaminado en las actividades que realice el centro comercial.

Además, determinan que identificar las necesidades, es de prioridad para tener un concepto de responsabilidad social aplicable y duradero y a la vez desarrollar un plan diseñado estratégicamente según las necesidades.

- **Centro Comercial Atahualpa:** Eso es lo que están haciendo, explican que no solo están adoptando proyectos que más bien se alían con otras empresas o personas con el fin de facilitar proyectos a futuro.
- **Centro Comercial Quicentro Sur:** Para el centro comercial es importante la planificación anticipada, pues es clave para resultados exitosos, lo hace semestralmente basándose en años anteriores, debido a que se encuentra en etapa de crecimiento en el sector sur, es apropiado aplicar un modelo acorde a sus necesidades.

**Pregunta 8. ¿Qué beneficios considera que tendría el centro comercial si se aplica estrictamente la responsabilidad social?**

Los tres centros comerciales concuerdan que los beneficios serían muchos, uno es la aceptación y éxito de la marca, el cariño de las personas, pues si se hace algo bien hecho con consciencia, contenido y coherencia, la retribución es mayor. Además, la responsabilidad social hace que la comunidad conozca a la empresa como sana, y se le ubique como prestigiosa, las cifras dan el prestigio.

Adicionalmente el cumplimiento ambiental genera beneficios a la comunidad, pues todos cuando empezaron a funcionar existían muchos problemas como el desaseo, el daño a las plantas, el mal uso a las instalaciones, pues ahora en la actualidad y gracias a proyectos desarrollados por cada uno se tiene un público educado, y se continua desarrollando una ciudad educada.

**2.5 Determinación de las necesidades de los centros comerciales en cuanto a la responsabilidad social, obtenidas del análisis e interpretación de resultados de las entrevistas.**

- La responsabilidad social empresarial en los centros comerciales del sector sur de la ciudad aún no se encuentra bien definida, pues no se toma en consideración

todos los factores para implementar adecuadamente las estrategias de RSE, por tanto se sugiere la implementación de un modelo específico de responsabilidad social empresarial que cumpla sobre todo los estándares de calidad.

- La mayoría de los integrantes de los centros comerciales, como colaboradores, clientes, consumidores, proveedores, no forman parte activa de las actividades de RSE ni de los proyectos a desarrollarse, por tanto se debe desarrollar una guía de responsabilidad social de manera planificada, mismo que debe estar encaminado al cumplimiento de las normas de calidad, en esta caso la Norma ISO26000: 2010 y la normativa legal vigente en el Ecuador.

## **2.6 Definición del grupo objetivo**

Una vez realizado el análisis en cuanto a la responsabilidad social de los centros comerciales del sector sur de la ciudad, se puede afirmar que el modelo a desarrollarse debe estar enfocado en las necesidades de cada organización, por ello es preciso que se tome como ejemplo un centro comercial que permita plantear la propuesta de manera adecuada y sobre todo real.

Siendo el caso, se ha determinado a Ciudad Comercial El Recreo como grupo objetivo para el desarrollo de la propuesta del modelo de responsabilidad social, considerando que esta organización ocupa el primer sitio como el centro comercial más visitado de la ciudad, y en él se concentra la mayoría de empresas que conforman las grandes cadenas ya sean de suministros, bienes o servicios.

Además, Ciudad Comercial El Recreo, es uno de los lugares que se ha enfocado no solo en los beneficios de los accionistas o socios, sino que se ha concentrado hacia un punto de vista más holístico, es decir, ha ido considerando otros grupos de interés como salud, comunidad y medio ambiente en cuanto al tema de responsabilidad social.

## **CAPÍTULO 3**

### **PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

#### **3.1 Propuesta de un modelo de responsabilidad social empresarial apropiado a las necesidades de Ciudad Comercial El Recreo**

##### **3.1.1 Título de la propuesta.**

Modelo que proporciona guías para el desarrollo de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo aplicada a la Norma ISO 26000.

##### **3.1.2 Objetivos.**

###### ***3.1.2.1 Objetivo general.***

Elaborar una guía para el desarrollo de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo aplicada a la Norma ISO 26000.

###### ***3.1.2.2 Objetivos específicos.***

La presente guía tiene como principales objetivos:

- Realizar un diagnóstico situacional de Ciudad Comercial El Recreo, que permita detectar las necesidades de responsabilidad social empresarial.
- Identificar los principios apropiados para Ciudad Comercial El Recreo, para el cumplimiento de la Norma ISO26000.
- Determinar las materias fundamentales de Ciudad Comercial El Recreo para el cumplimiento de la Norma ISO26000.
- Integrar la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo fundamentada en la Norma ISO26000.
- Brindar un instrumento práctico y de fácil comprensión para cualquier centro comercial que desee implementar un plan de responsabilidad social empresarial.

### 3.1.3 Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta.

La presente investigación ha determinado que Ciudad Comercial El Recreo, debe enfocar de manera clara y precisa sus actividades de responsabilidad social empresarial, fundamentándose en una guía que provea de los elementos necesarios para la sustentación teórica y analítica de la propuesta.

Por otra parte, la factibilidad de esta propuesta está basada en tres aspectos fundamentales:

- a) **La factibilidad institucional:** Se la puede evidenciar en el interés marcado por los directivos de Ciudad Comercial el Recreo en cuanto a la aplicación adecuada de las prácticas de responsabilidad social.
- b) **La factibilidad operativa:** Es fácil determinar el sustento técnico de la propuesta, ya que proviene de un análisis determinado a través de las entrevistas realizadas a los administradores del centro comercial, por otra parte se debe mencionar que la factibilidad operacional es de exclusiva competencia de la administración del centro comercial y de su directiva que esté interesada en la implementación de la guía para poner en prácticas las actividades de responsabilidad social, usando a su entera discreción las pautas que aquí se presentan.
- c) **La factibilidad social:** Se ha evidenciado a lo largo del estudio, la importancia social que tiene el desarrollar la responsabilidad social de los centros comerciales. También se ha demostrado la importancia de la influencia del contexto en las actividades empresariales, y de la implementación de este tipo de planes y guías.

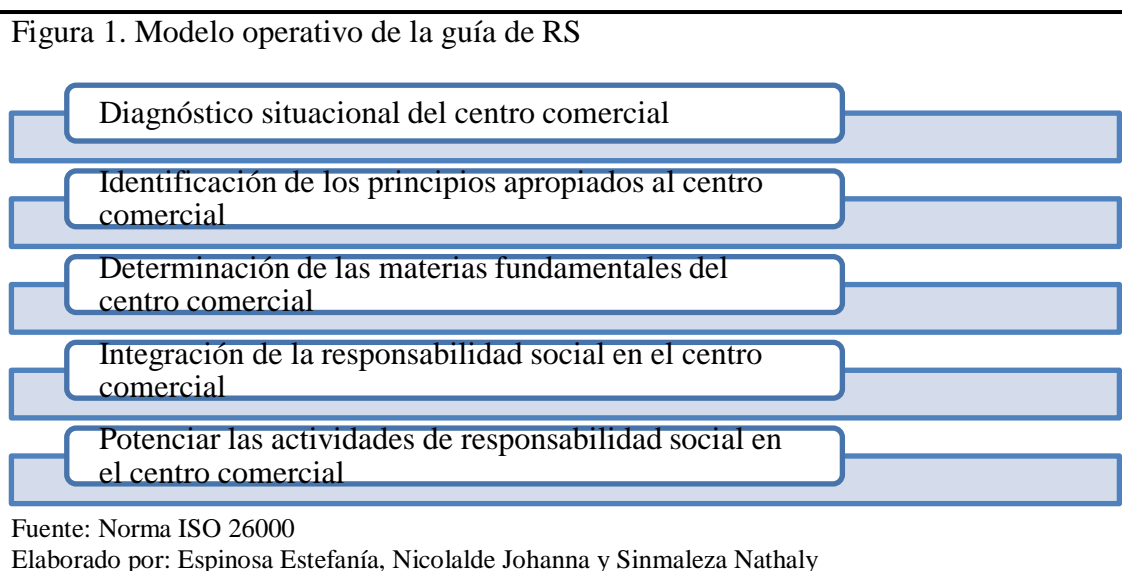


### 3.1.4 Metodología.

La presente propuesta deviene como parte de un estudio realizado sobre la responsabilidad social. En base de los resultados obtenidos de esta investigación se puede elaborar la siguiente guía con el fin de orientar, informar y detallar los pasos necesarios para implementar adecuadamente la responsabilidad social:

- a) Se tomará y se simplificará los datos obtenidos de los resultados de las encuestas realizadas a los actores del Ciudad Comercial el Recreo, teniendo como resultado la necesidad preponderante de una planificación de responsabilidad social.
- b) Se identifica y diseña el criterio de necesidad para la oferta de la siguiente propuesta: “Guía para el desarrollo de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo aplicada a la Norma ISO 26000”.
- c) Se determinara las materias fundamentales del centro comercial, tomando en consideración el diagnóstico situacional.
- d) Se desarrolla la propuesta detallada en base de un enfoque central: responsabilidad social de Ciudad Comercial El Recreo.

### 3.1.5 Modelo operativo de ejecución de la propuesta.



## **3.2 Guía para el desarrollo de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo aplicada a la Norma ISO 26000.**

### **3.2.1 Diagnóstico situacional del Ciudad Comercial El Recreo.**

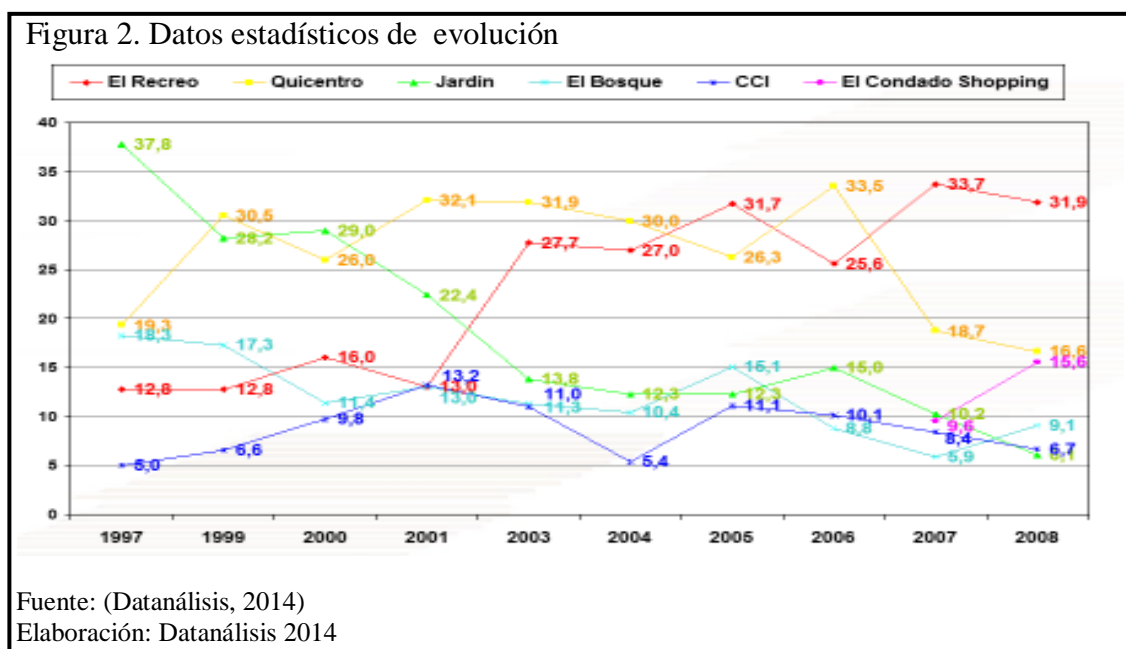
Ciudad Comercial El Recreo (CCR), es una institución de carácter privado que tiene una asignación de recursos provenientes de sus copropietarios, ingresos que le generan una autonomía para la determinación y consecución de recursos humanos, físicos y financieros, mismos que son necesarios para que de manera planificada se pueda alcanzar los objetivos de calidad, lograr la satisfacción de los clientes y mantener un sistema de gestión de la calidad eficiente.

#### ***3.2.1.1 Manejo administrativo de los recursos.***

- **Recursos humanos:** La competencia del personal se asegura mediante la observación del manual de puestos y del reglamento interno de administración de personal, así como de los sistemas permanentes de evaluación del desempeño individual. Mediante eventos de capacitación y motivación a través de diversos medios previstos en el procedimiento de comunicación, se asegura que los colaboradores son conscientes de la relevancia e importancia de sus actividades y cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad.
- **Infraestructura:** El CCR, se preocupa por determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria que le permite cumplir con los requisitos y características del servicio, los requerimientos tanto internos como externos que se sujetan al cumplimiento de los procedimiento calificación de proveedores y gestión de compras.
- **Financieros:** Los recursos económicos se los definen en un presupuesto aprobado por la administración central y la junta administrativa del CCR.

### 3.2.1.2 Evolución económica y administrativa del centro comercial.

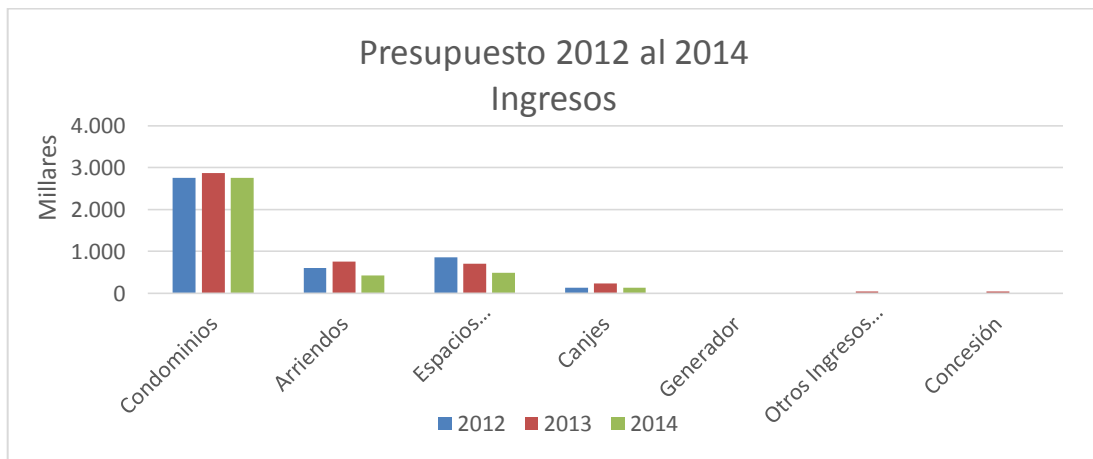
El desarrollo económico que ha sufrido el sector en que está asentado el centro comercial ha contribuido a su evolución económica, así se puede demostrar con una encuesta de la compañía Datanálisis en la cual se le pregunto a los encuestados cual era el mejor centro comercial, obteniendo los siguientes resultados:



### 3.2.1.3 Presupuesto para manejo de recursos.

De los estados financieros del centro comercial se identifica que la evolución económica y administrativa ha mantenido en un nivel considerable, tal como se describe en la siguiente figura:

Figura 3. Presupuesto ingresos 2012 -2014

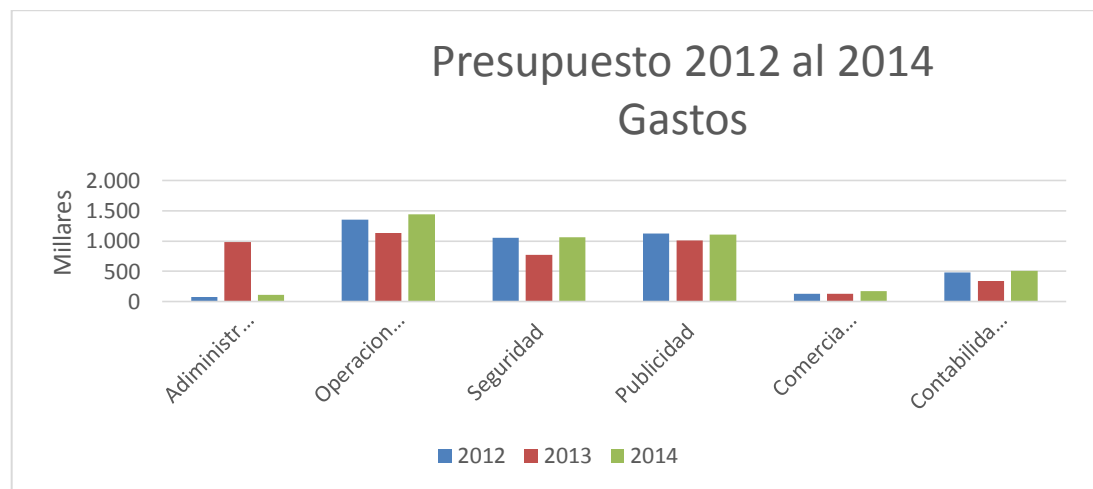


Fuente: Contabilidad de Ciudad Comercial El Recreo 2012-2014

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

El mayor número de ingresos que ha mantenido el centro comercial durante los años 2012, 2013 y 2014 provienen de condominios, pagos de arriendos y pagos por espacios publicitarios.

Figura 4. Presupuesto gastos 2012 al 2014



Fuente: Contabilidad de Ciudad Comercial El Recreo 2012-2014

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

En cuanto a los gastos del centro comercial son en su mayoría por pagos de operaciones, mantenimientos, publicidad y seguridad, siendo los más altos durante los años 2012 y 2014.

#### ***3.2.1.4 Recopilación de datos.***

La responsabilidad social empresarial en Ciudad Comercial El Recreo ha sido bastante vertiginoso, y muy poco planificado, por tanto se debe considerar que los actores sociales son parte fundamental para el levantamiento de la información, pues en base a ellos se puede determinar las estrategias a desarrollarse para la presente guía.

Las encuestas a los clientes brindarán iniciativas, metas y herramientas orientadas hacia la participación ciudadana en el tema de RS.

#### ***3.2.1.5 Población y muestra.***

- **Población**

Para aplicar la responsabilidad social empresarial se debe considerar todos los factores que en éste intervienen, pues permitirán desarrollar estrategias debidamente apropiadas, en tal razón se tomará en cuenta al número total de locales que funcionan dentro del establecimiento, pues las personas que laboran en cada uno de los locales están en constante contacto con todos los integrantes del centro comercial ya sean proveedores, consumidores, colaboradores y público en general, además de que conocen las necesidades inmediatas para mejorar las actividades de responsabilidad social.

Para el efecto se ha obtenido la base de datos de 200 locales dentro del establecimiento.

- **Muestra**

Para establecer el tamaño de la muestra, de acuerdo a la disponibilidad de la información, población finita y conocer la medida y desviación estándar, se aplicó el

método de muestreo aleatorio simple, que determina un tamaño representativo de la muestra el cual se detalla continuación:

$$n = \frac{Z^2 P Q}{Z^2 P Q + (N-1)(E_p)^2}$$

El nivel de confianza será 95%, que equivale a

Z= 1,90

E= Error muestral (0.05555)

P= Probabilidad que se realice el evento (0.5)

Q= Probabilidad de que no se realice el evento (0.5)

N= Población

$$n = \frac{200 * 1.90^2 * (0.5)(0.5)}{1.9^2 * 0.5 + (200 - 1)(0,05555)^2} = 65$$

**n= 65**

Se ha determinado que se encuestará a una persona por cada local comercial, en especial administradores de los mismos.

Tabla 2. Distribución de la población

<b>Locales comerciales El Recreo</b>	<b>Personas</b>	<b># Encuestas</b>
65	65	65

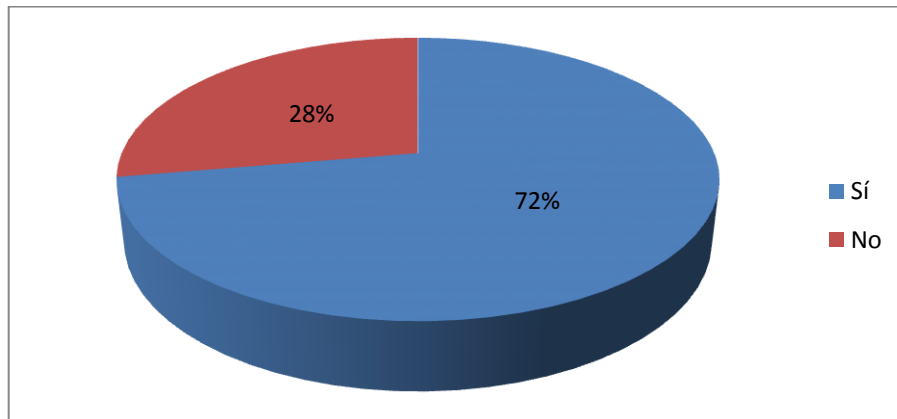
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

### ***3.2.1.6 Procesamientos y análisis de los datos de las encuestas aplicadas a cada local comercial.***

**Pregunta 1. ¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza Ciudad Comercial El Recreo en pro de la responsabilidad social?**

Figura 5. Conocimientos de actividades de RS que realiza Ciudad Comercial El Recreo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

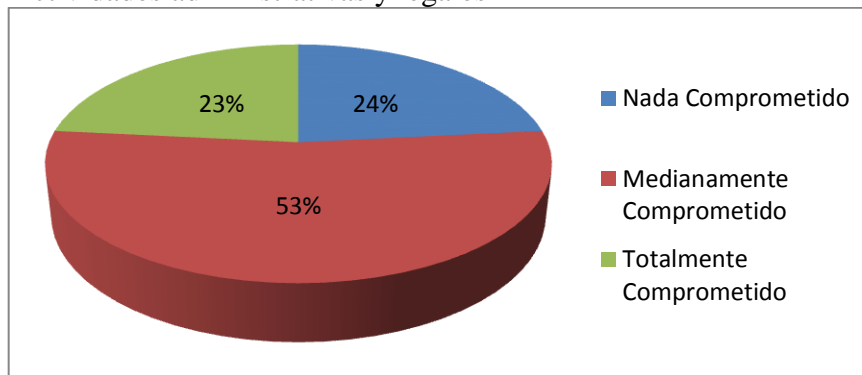
### **Análisis e interpretación de resultados**

Se puede determinar que la mayoría de los administradores conocen sobre las actividades que realiza el centro comercial en pro de la responsabilidad social empresarial.

**Pregunta 2. ¿Evalúe el compromiso de Ciudad Comercial El Recreo a favor de la responsabilidad social?**

- **Actividades administrativas y legales**

Figura 6. Actividades administrativas y legales



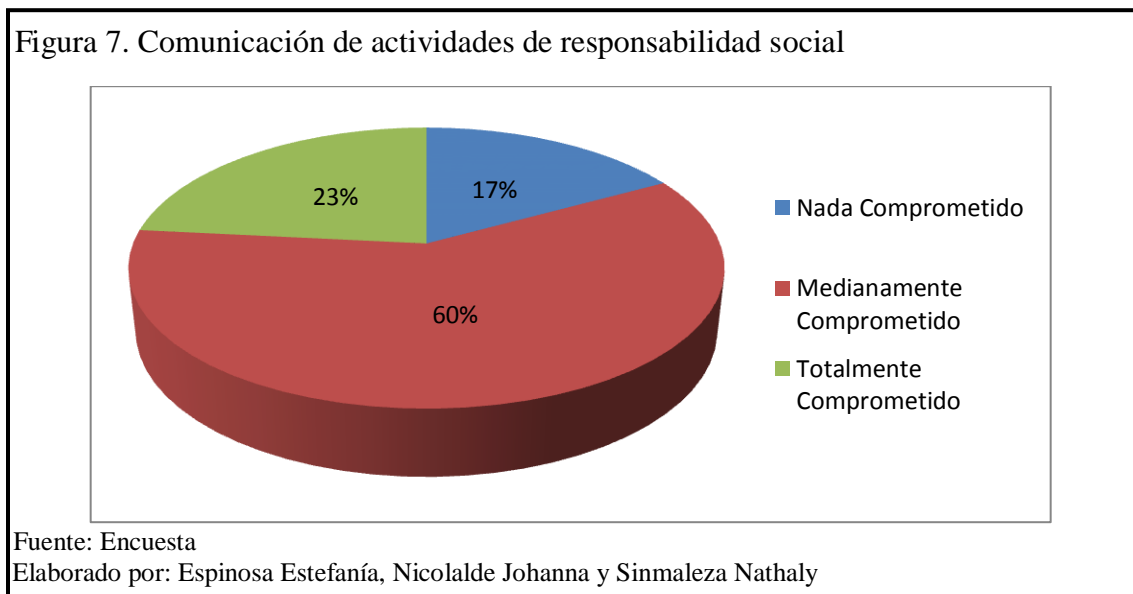
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

## Análisis e interpretación de resultados

Se puede determinar que las actividades administrativas y legales si son medianamente comprometidas por la Ciudad Comercial El Recreo a favor de la responsabilidad social.

- **Comunicación de actividades de responsabilidad social**



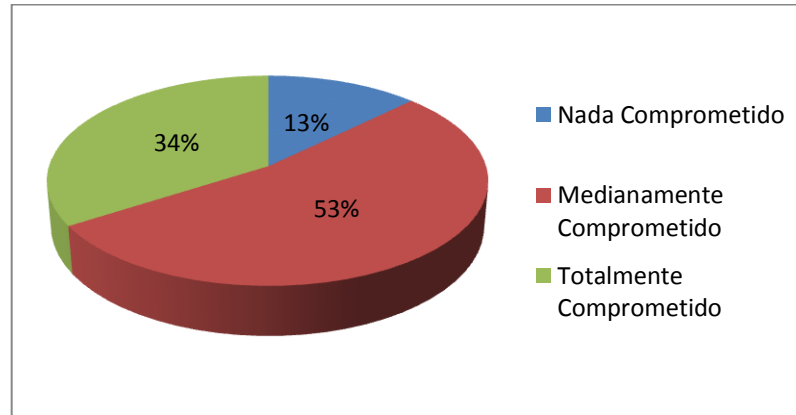
## Análisis e interpretación de resultados

La comunicación dentro de la responsabilidad social es importante por ende los administradores determinaron que la Ciudad Comercial El Recreo se compromete de una forma no total sino parcial.



- **Participación activa de los trabajadores del centro comercial**

Figura 8. Participación activa de los trabajadores del centro comercial



Fuente: Encuesta

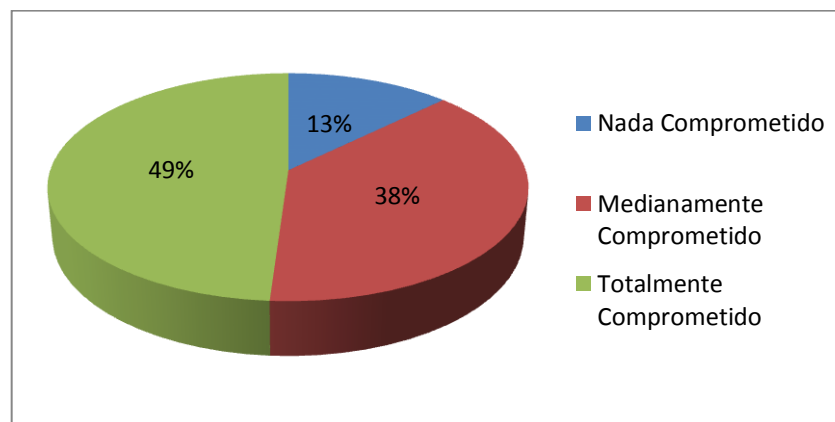
Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

### **Análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a dichos resultados se puede determinar que la participación de los trabajadores del centro comercial no es en su totalidad comprometida, más bien un grupo minoritario de personas si están comprometidas en su totalidad.

- **Invierte en mejoras del medioambiente**

Figura 9. Invierte en mejoras del medioambiente



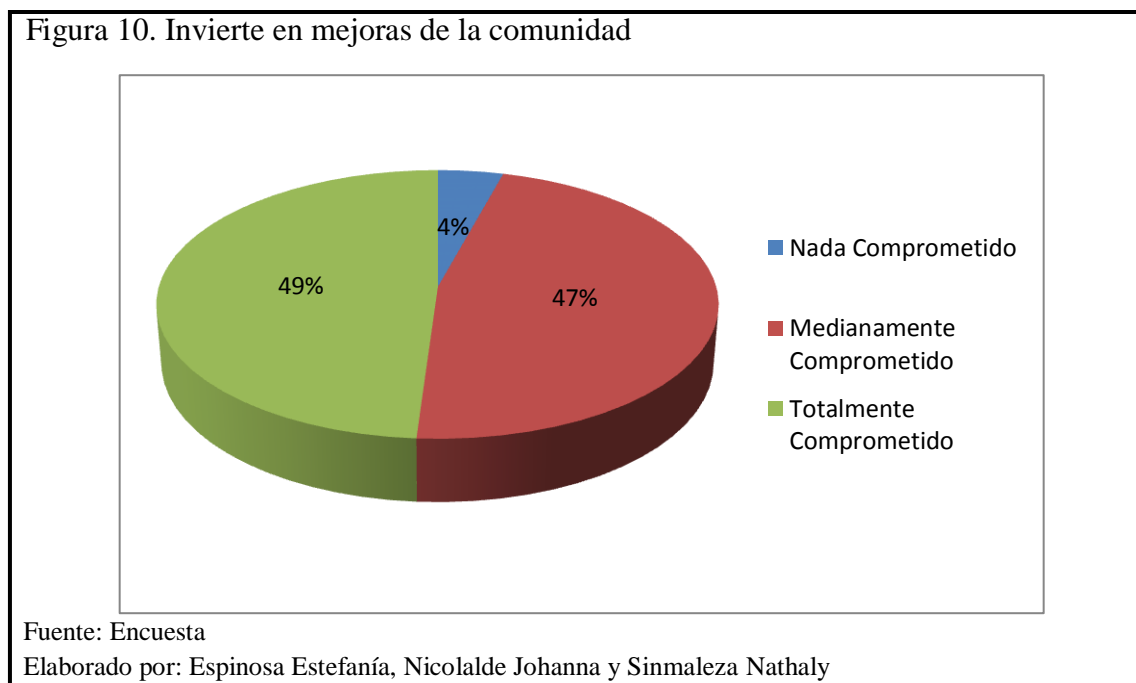
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

## Análisis e interpretación de resultados

La mayoría de los encuestados determinan que Ciudad Comercial El Recreo invierte en mejoras del medioambiente, una mínima parte determina que no se invierte en medio ambiente.

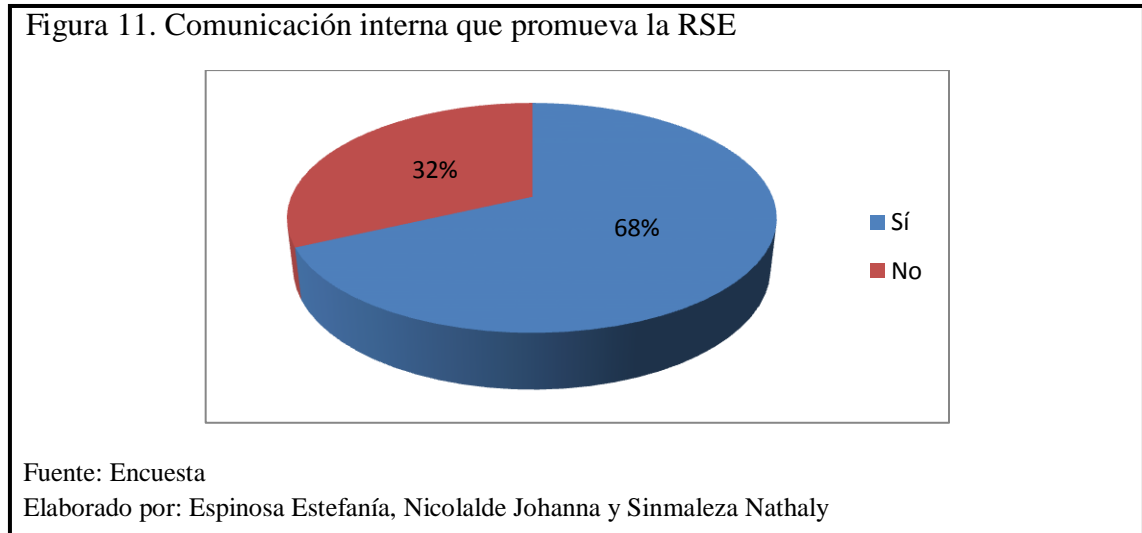
- **Invierte en mejoras de la comunidad**



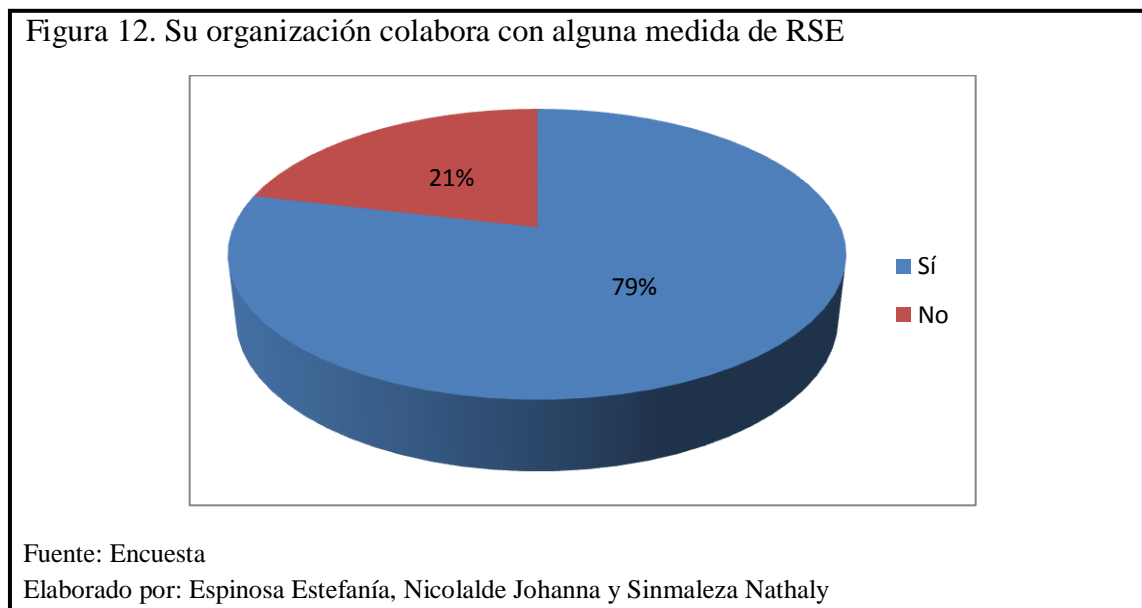
## Análisis e interpretación de resultados

Según a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría sí invierte en mejoras de la comunidad, un mínimo de las personas concuerda que la Ciudad Comercial El Recreo a favor de la responsabilidad social, de acuerdo a la inversión de mejoras de la comunidad no se compromete en su totalidad.

**Pregunta 3. ¿Existe una comunicación interna que promueva el conocimiento de responsabilidad social empresarial que realiza la administración de Ciudad Comercial El Recreo?**



**Pregunta 4. ¿Usted como representante de la empresa a la que pertenece considera que su organización colabora en alguna medida en los proyectos de responsabilidad social empresarial que Ciudad Comercial El Recreo realiza?**

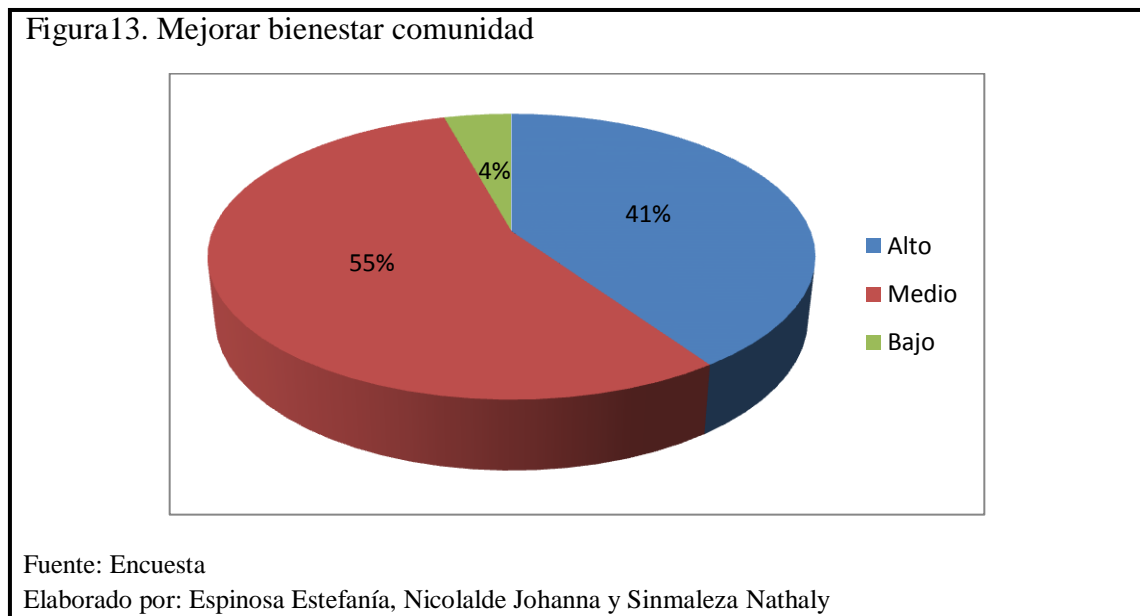


## Análisis e interpretación de resultados

Según los administradores encuestados, la mayoría si considera que su organización colabora en alguna medida en los proyectos de responsabilidad social empresarial que Ciudad Comercial El Recreo realiza.

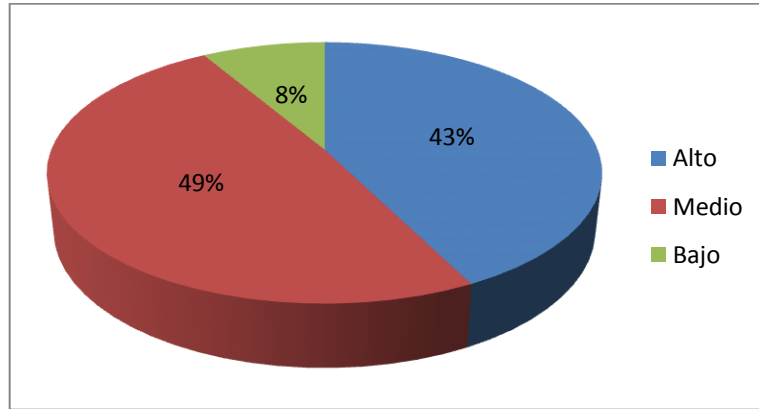
**Pregunta 5. ¿Qué beneficios considera usted que tiene su empresa y Ciudad Comercial El Recreo la práctica actividades de responsabilidad social empresarial?  
Seleccione el grado de importancia**

- **Mejorar bienestar comunidad**



- **Proteger recurso humano y medio ambiente**

Figura 14. Proteger recurso humano y medio ambiente



Fuente: Encuesta

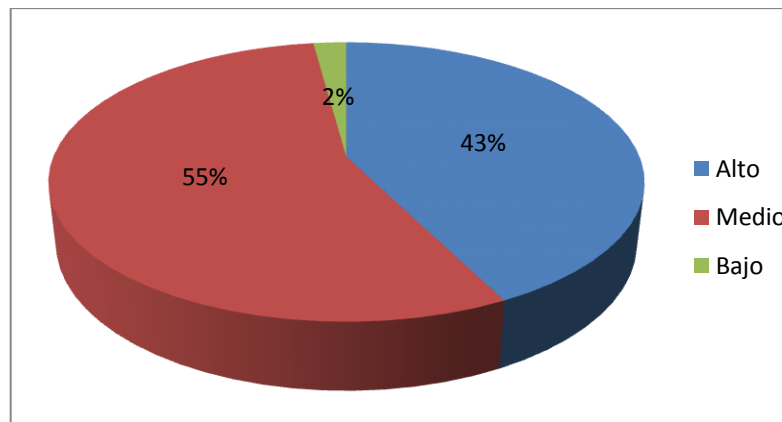
Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

### **Análisis e interpretación de resultados**

Se puede determinar que la mayoría de las personas concuerdan que el grado de responsabilidad social empresarial en lo que respecta a proteger los recursos humanos y medio ambiente es medio, un mínimo de encuestados determinaron que el nivel es bajo.

- **Buena imagen para la empresa**

Figura 15. Buena imagen para la empresa

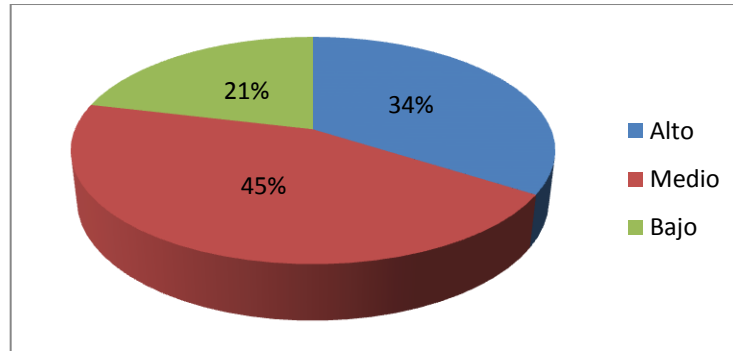


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

- **Retribución económica financiera**

Figura 16. Retribución económica financiera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

### ***3.2.1.7 Actividades de responsabilidad social empresarial en Ciudad Comercial el Recreo.***

Ciudad Comercial el Recreo en cumplimiento con las normas establecidas en el país sobre la RSE ha realizado varias actividades referentes al tema, en especial enfocándose al tema ambiental, pero no todas sus actividades se rigen a un plan estratégico y definido.

Las actividades que generalmente realiza Ciudad Comercial El Recreo, no se toma en consideración todos los factores que determinan la responsabilidad social empresarial, y como se observa anteriormente, en cuanto a su presupuesto no se toma en cuenta valores que se destinen a dichas actividades de RSE.

Además, de que en su normativa y políticas no menciona la importancia de establecer procedimientos que retribuyan a la comunidad, se puede recalcar que si se enfocan en mantener la normativa ISO, y sobre todo la calidad y eficiencia del producto y/o servicio que pretenden ofrecer, pues tomando como base esa iniciativa se puede proponer un modelo de responsabilidad social empresarial como tal que ayude en su cabalidad a mejorar las actividades de Ciudad Comercial El Recreo.

### 3.2.2 Principios de responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo.

Aplicando la Norma ISO 26000 Ciudad Comercial El Recreo debe respetar estos principios para aplicar la responsabilidad social:

- **Rendición de cuentas:** las requeridas por los siguientes organismos de control
  1. El Ministerio de Ambiente.
  2. La Secretaria Técnica de Planificación de la Presidencia de la República;
  3. Consejos provinciales;
  4. Concejos municipales;
  5. Comité Ecuatoriano para la Protección de la Naturaleza y Defensa del Medio Ambiente CEDECNMA;
  6. Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CODEMPE;

Cumplir con las leyes, instituciones y organismos de control, cumplir con planes de manejo ambiental, apoyar el desarrollo de un ambiente laboral, cumplir con los convenios con los distintos autores.

- **Transparencia:** La forma más adecuada de mostrar la información de las políticas, decisiones y actividades de Ciudad Comercial El Recreo es usando su propia página web, [www.ccelrecreo.com](http://www.ccelrecreo.com), con un link adicional denominado “transparencia”, de esta manera los interesados, beneficiarios y ciudadanos en general estarán conscientes de que el centro comercial proporciona su información fácilmente disponible, accesible y sobre todo transparente.
- **Comportamiento ético:** Todas las actividades a ejecutarse deben estar basados en valores de honestidad, equidad, respeto por los clientes directos del centro comercial (administradores de locales), consumidores, visitantes, la comunidad que lo rodea y medio ambiente (reduciendo el impacto de sus actividades).

- **Respeto a los intereses de las parte interesadas:** Este principio debe enfocarse a los objetivos del centro comercial, aún y cuando estos se limiten a las expectativas de la sociedad también deben responder a las partes interesadas como la comunidad y medio ambiente de las actividades que realiza el centro comercial.
- **Respeto al principio de legalidad:** Además de cumplir con el principio de rendición de cuentas ante los organismos antes citados y con los establecidos en el manual del centro comercial, se debe respetar todas las leyes y regulaciones aplicables como la Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir, Ley de Gestión Ambiental, Ley Orgánica de Defensoría del Consumidor, norma ISO 26000.
- **Respeto a la norma internacional de comportamiento:** Es importante respetar la normativa internacional y utilizarlas en pro de las actividades del centro comercial como por ejemplo de las establecidas por la Organización Mundial del Medio Ambiente y otras ONGs de responsabilidad social empresarial.
- **Respeto a los derechos humanos:** Además de cumplir con la normativa legal establecida en el manual del centro comercial como el código de trabajo, se debe desarrollar actividades que promuevan el respeto de los derechos humanos no solo para los trabajadores de la empresa sino para todos quienes la integran, socios, colaboradores, clientes, consumidores y comunidad.

### **3.2.3 Materias de responsabilidad social en el centro comercial.**

Si bien la Norma ISO 26000 identifica las materias fundamentales de responsabilidad social, no se considera necesario desarrollarlas todas porque incluyen asuntos específicos de cada organización y en algunos casos no se consideran relevantes o prioritarios.



Al respecto, la administración de Ciudad Comercial El Recreo debe considerar las siguientes materias fundamentales como estrategias de implementación de la responsabilidad social en el centro comercial:

**a) Gobernanza de la organización.**

Esta materia es clave para la RSE, pues el centro comercial se mueve a través de una administración central, y como se determinó durante el desarrollo de este trabajo de titulación, ésta administración es la responsable del manejo de los recursos, de crear la cultura de RS, y de fomentar la participación de quienes son actores y colaboradores de Ciudad Comercial El Recreo. Las acciones que ésta realice definirán una conducta socialmente responsable.

Dentro de las acciones apropiadas que debe realizar la administración central del centro comercial están la de impulsar estrategias y objetivos de responsabilidad social; este objetivo de la administración debe estar planteado de la siguiente manera:

- Implementar una política que regule la responsabilidad social y ambiental en Ciudad Comercial El Recreo en conjunto con los actores internos y externos del centro comercial.

Tabla 3. Objetivos y metas ambientales

<b>Objetivos y metas ambientales</b>	
<b>Nombre del Centro Comercial:</b> Ciudad Comercial “El Recreo”	
<b>Departamento:</b> Administración	
<b>Otros implicados:</b> Autoridades competentes	<b>Objetivo:</b> Implementar una política que regule la responsabilidad social y ambiental en Ciudad Comercial El Recreo en conjunto con los actores internos y externos del centro comercial.
<b>Metas del objetivo establecido</b>	<b>Actividades</b>
El 80% de los colaboradores y clientes del centro comercial se comprometan con el cumplimiento de la normativa de RS que desarrolle Ciudad Comercial El Recreo.	- Definir los lineamientos de RS para el centro comercial
	- Elaborar un reglamento sobre las prácticas de
	- Usar medios tecnológicos que ayuden a administrar y rastrear los lineamientos de RS.

Continúa...

Tabla 3. Objetivos y metas ambientales

(Continuación...)

<p>El 80% de los consumidores del centro comercial reconocen las prácticas de RSE que realiza Ciudad Comercial El Recreo.</p>	<p>- Realizar campañas de socialización de las actividades que realiza ciudad comercial frente al medio ambiente.</p>
<p><b>Procedimiento de evaluación para el objetivo y sus metas</b></p>	
<p>El centro comercial ha de revisar el avance de los objetivos cada 6 meses y de las metas cada 3 meses, y si es conveniente se realizarán cambios. Se recomienda mantener un registro actual de las actividades que se realiza el centro comercial a favor de la responsabilidad social.</p>	

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

### b) Derechos Humanos

El elemento más importante del centro comercial siempre será el recurso humano, pues es el actor principal para el desarrollo de todas las actividades, y el compromiso de la administración de Ciudad Comercial el Recreo para aplicar adecuadamente la responsabilidad social es justamente respetar los derechos humanos de los mismos.

Los aspectos que deben tomarse en cuenta en el desarrollo de esta materia son:

- **Debida diligencia:** La actividad principal del centro comercial se caracteriza por ofrecer a los ciudadanos diferentes servicios dentro de un mismo lugar y para hacerlo con eficiencia requiere de la ayuda del talento humano, por tanto, toda decisión que tome la administración del centro comercial siempre debe de cuidar que se respete los derechos de aquellas personas con las que va a trabajar.
- **Situaciones de riesgo para los derechos humanos:** La administración del centro comercial tiene la obligación de identificar cuáles son las situaciones de riesgo para los derechos humanos, debiendo tomar en cuenta, código de trabajo, ley del consumidor, ley del medioambiente.
- **Evitar la complicidad y resolución de reclamaciones:** Una decisión importante del centro comercial es brindar a los clientes, usuarios, colaboradores y

trabajadores un lugar apropiado para que ellos puedan comunicar, denunciar o sugerir sus intereses y derechos humanos de serlo necesario.

- **Discriminación y grupos vulnerables:** La administración y sus clientes tienen la total obligación de ofrecer en todas las instalaciones y servicios a sus trabajadores y usuarios todas las facilidades para aquellos grupos vulnerables como mujeres, niños, ancianos u otros).
- **Respetar los derechos:** La administración del centro comercial tiene la obligación de respetar y hacer respetar todos los derechos de las personas que directa o indirectamente forman parte del centro comercial en la siguiente forma:

Derechos civiles y políticos: respetando lo establecido en el código de trabajo, dando apertura para la libertad de reunión u opinión permitiendo formen parte de las decisiones que tome la administración central o que les permitan formar comités para correr la voz de las inquietudes y sugerencias de todos quienes forman parte del centro comercial.

Derechos económicos, sociales y culturales: tomar medidas para garantizar los derechos de salud como un centro de atención médica dentro del establecimiento; los derechos de educación con la instalación de una biblioteca o una guardería para colaboradores y trabajadores.

#### c) **Prácticas laborales**

Las prácticas laborales del centro comercial son todas aquellas que la administración central debe aplicar para los trabajadores propios de la organización, y para ello debe considerar los puntos establecidos en la Norma ISO 26000.

- **Trabajo y relaciones laborales:** La manera más eficaz de que el centro comercial aporte a la sociedad es creando puestos de trabajo y la manera más transparente es desarrollando un manual de puestos para reclutamiento y

selección de personal; en el caso de las personas que ya laboran dentro de la administración central de Ciudad Comercial El Recreo, deben tener la oportunidad de lograr ascensos, reconocimientos, bonificaciones de así ser el caso, y sobre todo que tengan la estabilidad laboral para que se sientan comprometidos con las actividades del centro comercial.

- **Condiciones de trabajo y protección social:** Basándose en el código de trabajo ecuatoriano y la normativa interna del centro comercial, la administración central y la unidad responsable debe establecer políticas que permitan el cumplimiento de las normas laborales y garanticen la mejora continua de los trabajadores, debiendo usar los manuales apropiados para la clasificación de puestos y su remuneración, el cumplimiento de los derechos laborales como jornada de trabajo, vacaciones, contrataciones, despidos e incluso garantías legales.
- **Salud y seguridad en el trabajo:** Tomando en cuenta las actividades diarias del centro comercial, éstas en su mayoría generan una gran cantidad de desechos orgánicos e inorgánicos que pueden dañar el entorno social y medio ambiental, por tanto, las medidas a tomarse deben estar orientadas a prevenir daños en la salud, como crear centros de atención médica y de salud preventiva, además de dotar de los instrumentos y herramientas necesarias que permitan proteger y garantizar el bienestar de los trabajadores y colaboradores.
- **Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo:** Las prácticas laborales del centro comercial se fortalecen impulsando al máximo las capacidades humanas, sean estas con capacitaciones, talleres, formaciones u otras.

#### **d) Medio ambiente**

Como se menciona anteriormente, el centro comercial es un gran generador de todo tipo de desechos y también gran consumidor de energía eléctrica y agua, por ende es

totalmente consciente de que sus actividades diarias tiene un fuerte impacto en el medioambiente.

La responsabilidad medioambiental que debe asumir debe fundamentarse en los siguientes principios apropiados al centro comercial:

- **Prevención de la contaminación:** Ciudad Comercial El Recreo debe tomar medidas para prevenir al máximo la generación de agentes contaminantes, tomando en cuenta que las actividades que ponga en práctica le ayudará a cumplir con el principio “Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales”, tales como:
  - Manejo integral de residuos sólidos.
  - Disminuir la contaminación de ruido.
  - Promover la reforestación de las áreas verdes que rodean el centro comercial.
  - Concientizar a los clientes, trabajadores, colaboradores, usuarios sobre el consumo de agua en las instalaciones del centro comercial.
  - Concientizar a todos los clientes, trabajadores y colaboradores sobre el uso adecuado de energía eléctrica.
  - Prácticas adecuadas para evitar el congestionamiento vehicular y contaminación atmosférica.
- **Uso sostenible de los recursos:** La administración central junto con los clientes del centro comercial deben identificar según sus actividades cuales son los recursos renovables y los recursos no renovables más utilizados, y tomar medidas para optimizar el uso de los mismos:

Recursos renovables: Determinar cuál es la frecuencia con la que se usa, el costo de mantenimiento, reparación y/o renovación y qué medidas se puede tomar para ir mejorando y optimizando su uso.

Recursos no renovables: Es recomendable que se invierta en “innovaciones tecnológicas”, para ir reduciendo el uso de este tipo de recursos, pues son los que en su mayoría generan contaminación, además de poner en práctica las actividades de reciclaje, rehuso y reutilización.

**e) Prácticas justas de operación**

Las actividades diarias del centro comercial exigen que se mantenga una constante vinculación con otros tipos de empresas u organizaciones, ya sea proveedores, colaboradores o empresas que se encuentran a su alrededor, incluso con otros centros comerciales considerados como su competencia; esto implica que, para obtener resultados socialmente responsables Ciudad Comercial El Recreo debe mantener un comportamiento ético y solidarios con los mismos, considerando los siguientes asuntos:

- **Anticorrupción:** La administración central de Ciudad Comercial El Recreo debe incluir éste principio dentro de su manual de responsabilidad social, y a la vez implementar prácticas que ayuden, capaciten y concienticen a todos para evitar algún comportamiento de anticorrupción.
- **Participación política responsable:** Todos los convenios que el centro comercial realice con entidades del sector público o privado para poner en práctica sus actividades de responsabilidad social, deben hacerlos con total transparencia, de tal manera que garanticen que lo implementado mejora la calidad de vida y aporta a la sociedad responsablemente.
- **Competencia justa:** Ciudad Comercial El Recreo en materia de responsabilidad social debe considerar a las empresas que se encuentran a su alrededor y a los otros centros comerciales como sus aliados, pues más allá de los beneficios económicos individuales todos tienen la obligación de brindar aportes a la sociedad; por ello la competencia debe ser justa y las responsabilidades compartidas.

- **Promover la responsabilidad social en la cadena de valor:** Otros actores importantes que forman parte del centro comercial son sus colaboradores y proveedores, con quienes se debe influir comportamientos socialmente responsables, ya sea exigiendo que cumplan las condiciones de calidad, salubridad y protección al medio ambiente, o escogiendo nuevos proveedores que incentiven y pongan en prácticas los principios de responsabilidad social.
- **Respeto a los derechos de propiedad:** Si bien Ciudad Comercial El Recreo, ha buscado expandirse en cuanto a sus instalaciones, Éste antes debe considerar las áreas verdes que serán afectadas y el entorno que lo rodea, pues el centro comercial se constituye como un “vecino”, dentro del sector, y como tal debe hacer sentir cómodo y seguro al lugar donde desarrollará sus actividades, sin afectar las propiedades ni la calidad de vida de su comunidad.

#### f) **Asuntos de consumidores**

Debido a que el centro comercial ofrece una gran variedad de servicios, su administración tiene la obligación de tomar medidas adecuadas que garanticen que todas las actividades realizadas en Ciudad Comercial El Recreo se las ejecuta con total responsabilidad y cumplimiento con los derechos de los consumidores, para ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación:** Es apropiado que se implemente una política apropiada para la unidad de marketing, para que las campañas a ejecutarse, información o cualquier tipo de promoción sea bajo los principios de transparencia, que más allá de atraer a los consumidores hacia la compra, los haga sentirse comprometidos, con una empresa que se preocupa por defender y proteger sus derechos y los toma en cuenta para sus actividades de responsabilidad social.

- **Servicios de atención al consumidor, apoyo y resolución de quejas y controversias:** La mayoría de los consumidores desconoce que el centro comercial se maneja a través de una administración central, es por ello que todas sus inquietudes, sugerencias o quejas no son conocidas para ser mejoradas; la administración al igual que todos su clientes debe tener un punto de atención accesible donde se pueda recibir todas las opiniones de sus consumidores para ser tomadas en cuenta al momento de desarrollar políticas, manuales y decisiones que mejoren las actividades de responsabilidad social.
- **Protección y privacidad de los datos de los consumidores:** Toda la información que se recepte sobre los consumidores deben ser utilizados para mejorar las decisiones a tomar, tener bases de datos para resultados estadísticos y próximas propuestas, pero no deben ser mal usadas para violar los derechos de privacidad y confidencialidad.

**g) Participación activa y desarrollo de la comunidad.**

Otro de los factores importantes que determinan la responsabilidad social en el centro comercial es la comunidad que lo rodea, pues se menciona anteriormente Ciudad Comercial El Recreo, pasa a formar parte del vecindario donde está ubicado, por tanto tiene la obligación de retribuir con su entorno por los medios que utiliza para desarrollar sus actividades comerciales, debe involucrarse en los siguientes asuntos:

- **Participación activa en la comunidad:** Lo logrará trabajando en conjunto con las instituciones que lo rodean, como la zona municipal, escuelas y colegios públicos y privados, barrios comunales cercanos u otros.
- **Educación y Cultura:** Las actividades de responsabilidad social que realice el centro comercial siempre deben ir a la par con la capacitación y formación constante de la comunidad, pues educando y creando en conjunto una cultura socialmente responsable hace que sus actividades sean muchos más proactivas y efectivas; la unidad de marketing en este caso debe socializar toda la información



y hacer que los ciudadanos formen parte activa de las buenas acciones del centro comercial, justamente para que se sienta comprometido y colabore con la ejecución de las mismas.

- **Desarrollo y acceso a tecnología:** Aportar a la comunidad también requiere apoyar con el acceso a las tecnologías modernas, los compromisos dependerán del presupuesto del centro comercial y de las asociaciones con las instituciones públicas o privadas en especial con las educativas.
- **Generación de riqueza e ingresos:** De todas las inversiones que realice el centro comercial y que haya trabajado en conjunto con la comunidad, los ingresos que se llegaren a percibir deben ser destinados en pro de los mismos ciudadanos y de su entorno, ya sea para mejorar dichas prácticas o para emprender nuevos proyectos, algunos de ellos pueden ser:
  - Campañas de reciclaje y la venta de los mismos.
  - Reforestación de las áreas verdes alrededor de Ciudad Comercial El Recreo y la compra de insumos necesarios.
  - Bibliotecas virtuales y el equipaje de las mismas.
  - Donaciones.

#### **3.2.4 Integración de la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo.**

Una vez que se han definido los principios e identificado las materias fundamentales para aplicar la responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo, se deberá identificar y desarrollar las siguientes directrices:

- a) **Características de Ciudad Comercial El Recreo en relación con la responsabilidad social.**

Figura 17. Localización Ciudad Comercial El Recreo

#### LOCALIZACIÓN

- \* **Ciudad:** Quito
- \* **Sector:** sur
- \* **Zona:** Administración Eloy Alfaro
- \* **Barrio:** El Recreo
- \* **Dirección:** Av. Pedro Vicente Maldonado S11-122
- \* **Teléfonos:** 266-6500 / 501 / 502 / 503

Fuente: Administración Ciudad Comercial El Recreo.

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

Figura 18. Información general Ciudad Comercial El Recreo

#### TIPO DE ORGANIZACIÓN

- \* **Razón Social:** Ciudad Comercial El Recreo
- \* **Ruc:** 1791938976001
- \* **Tipo De Contribuyente:** Sociedad
- \* **Actividad:** Actividades de administración de bienes inmuebles.
  
- \* **Propósito:** Con el fin de ofrecer al usuario un lugar donde pueda satisfacer todas sus necesidades (alimentación, vestido, dinero), haciendo que el dinero se mueva en el mismo lugar sin necesidad que el usuario tenga que trasladarse de un lugar a otro.
  
- \* **Número De Locales:** 200 locales e islas
- \* **Número De Personal:** 203 trabajadores
- \* **Número De Áreas Administrativas:** 6 áreas administrativas

Fuente: Administración Ciudad Comercial El Recreo.

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

Todos los principios, políticas y manuales nuevos que debe implementar el centro comercial deben estar basados en los requerimientos de las materias fundamentales antes descritas y enfocados en cada uno de los factores que determinan la responsabilidad social.

Figura 19. Identificación de factores y normativa que determinan la RS en Ciudad Comercial El Recreo

### **FACTORES QUE DETERMINAN LA RSE EN CIUDAD COMERCIAL EL RECREO.**

- **Personal Administrativo:** Todas las personas que laboran en las 6 áreas administrativas del centro comercial.
- **Clientes:** Lo constituyen los dueños de los locales alquilados por la administración.
- **Colaboradores:** Todos los trabajadores y administradores de los locales comerciales arrendados.
- **Proveedores:** Todos quienes ayudan a proveer y distribuir de los insumos necesarios para el funcionamiento del centro comercial.
- **Consumidores:** Todos los ciudadanos que adquieren los bienes y servicios ofrecidos en el centro comercial.
- **Comunidad:** Todos los ciudadanos que viven en el entorno del centro comercial.
- **Medio ambiente:** áreas verdes, el entorno que rodea el CCE.
- **Instituciones públicas y privadas:** la zona municipal, escuelas y colegios cercanos.

### **NORMATIVA PARA APLICAR RS**

- Constitución de la República del Ecuador.
- Plan Nacional del Buen Vivir.
- Ley de gestión ambiental.
- Ley orgánica de defensoría del consumidor.
- Código de trabajo.

### **POLÍTICAS Y PRINCIPIOS DE PARA APLICAR RS**

(Por implementar)

- Principios y políticas medioambientales.
- Principios y políticas para unidad de marketing.
- Principios y políticas para protección de los derechos humanos.

### **MANUALES PARA APLICAR RS (Por implementar)**

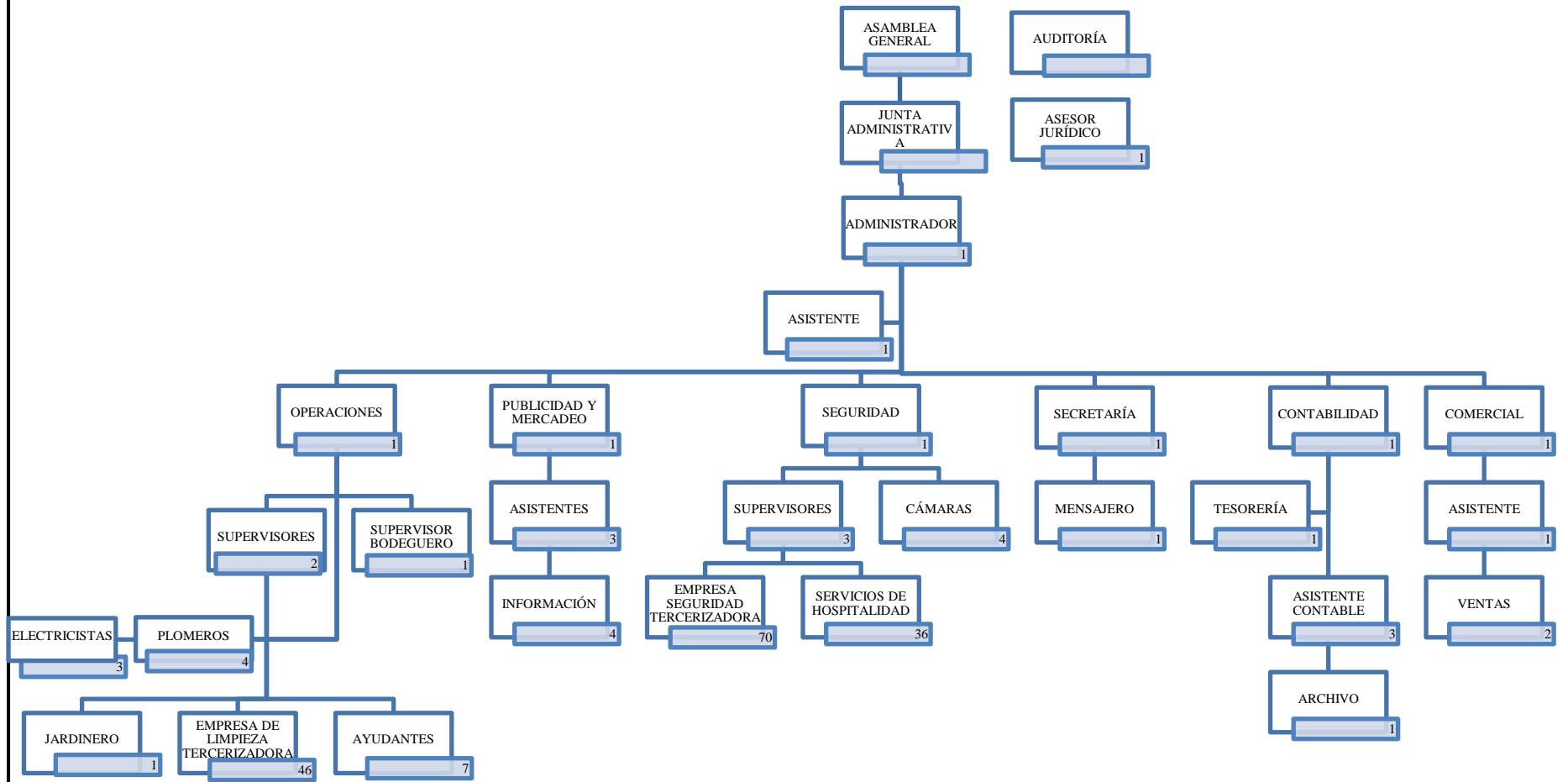
- Reglamento interno CCE.
- Manual de puestos.
- Manual de funciones y salarios.
- Manual de manejo de residuos orgánicos e inorgánicos.
- Manual de calidad de CCE.

Fuente: Administración Ciudad Comercial El Recreo.

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

Todas las decisiones para aplicar la responsabilidad social están a cargo de la administración del centro comercial, autorizadas debidamente por la junta administrativa, y la asamblea general de Ciudad Comercial El Recreo, en conjunto con las demás Áreas, como se lo describe en el siguiente organigrama:

Figura 20. Organigrama Ciudad Comercial El Recreo



Fuente: Administración Ciudad Comercial El Recreo.  
 Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

**b) Comprender la responsabilidad social de Ciudad Comercial El Recreo.**

- **Debida diligencia:** Todas las actividades que desarrolle Ciudad Comercial El Recreo siempre tendrán algún tipo de impacto negativo, por ello se debe tomar las medidas necesarias para reducir al máximo este problema; debe existir una coordinación constante con los integrantes del centro comercial y los factores que los influye justamente para mejorar las actividades de responsabilidad social.
- **Pertinencia e importancia de las materias fundamentales:** En este punto se medirá el grado de importancia de las materias fundamentales y la identificación de las partes interesadas en cada uno de ellos para la ejecución de las actividades de responsabilidad social a desarrollarse.

Tabla 4. Grados de importancia de las materias fundamentales y partes interesadas

MATERIAS FUNDAMENTALES	GRADOS DE IMPORTANCIA			PARTES INTERESADAS
	ALTO	MEDIO	BAJO	
Gobernanza de la organización.	X			*Personal administrativo, *Clientes, *Colaboradores
Derechos humanos.	X			Todos
Prácticas laborales.		X		*Personal administrativo, *Colaboradores.
Medio ambiente	X			Todos
Asuntos de consumidores.		X		*Clientes *Consumidores. *Proveedores
Participación activa y desarrollo de la comunidad.	X			*Personal administrativo, *Clientes *Consumidores. *Comunidad *Instituciones asociadas.
Prácticas justas de operación.		X		*Clientes, *Colaboradores, *Proveedores

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

- **Esfera de influencia del centro comercial:** La administración del centro comercial, la junta administrativa y la asamblea general de Ciudad Comercial El Recreo, son las que ejercerán influencia sobre las actividades de responsabilidad social que se ejecuten y la toma de decisiones, pues serán las responsables de los frentes que se manejarán para que los impactos sean positivos, es decir ellos serán los que autoricen la ejecución de cada una de las actividades planteadas por cada unidad.

1. Propiedad y gobernanza: En cuanto al uso de las instalaciones del centro comercial.
2. Relación económica: Autorizaciones para asignación de presupuestos y manejo de recursos económicos.
3. Autoridad legal/ política: Autorizar las actividades de responsabilidad social siempre y cuando se cumpla con la normativa establecida.

- **Prioridades en las acciones a abordar:** Tomando en consideración las materias fundamentales de Ciudad Comercial El Recreo, se puede definir las acciones inmediatas a realizar en consideración del grado de importancia, además del tiempo y la unidad responsable, teniendo en cuenta que dichas actividades deben ser revisadas y actualizadas periódicamente y sobre todo deben estar fundamentadas en los reglamentos, políticas, principios y manuales establecidos.

**c) Prácticas para integrar la responsabilidad social en el centro comercial.**

**Toma de conciencia y creación de competencias:** Para poner en práctica la responsabilidad social, la administración del centro comercial debe abordar todos sus aspectos, y hacer que las unidades sean partícipes de las estrategias que se están desarrollando. Para que esto se cumpla, se debe definir las actividades que se van a desarrollar, tiempos y responsabilidades, teniendo en cuenta que estas están sujetas a cambios y actualizaciones permanentes, lo importante siempre será que se cree conciencia y cultura de responsabilidad social.

Tabla 5. Acciones inmediatas a abordar.

<b>MATERIAS FUNDAMENTALES</b>	<b>FUNDAMENTADAS</b>	<b>UNIDAD RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>
Gobernanza de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglamento general CCE</li> </ul>	Administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar la política de responsabilidad social y ambiental.</li> <li>• Aprobar los manuales de responsabilidad social.</li> <li>• Aprobar el presupuesto y la asignación de recursos económicos.</li> <li>• Aprobación de proyectos, técnicas y estrategias de responsabilidad social.</li> </ul>	3 MESES
Derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de puestos.</li> <li>• Manual de funciones y salarios</li> <li>• Manual para reclutamiento y selección de personal.</li> </ul>	Junta administrativa contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de los manuales.</li> <li>• Actividades de seguridad para personal que labora en el centro comercial.</li> <li>• Seguridad para los alrededores del centro comercial.</li> <li>• Punto de atención médica para todo el personal.</li> <li>• Asignación de recursos para bonificaciones, premios por trabajo.</li> <li>• Asignación de recursos para capacitaciones del personal.</li> </ul>	1 MES
Prácticas laborales.				
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de manejo de residuos orgánicos e inorgánicos.</li> <li>• Manual para prácticas ambientales adecuadas.</li> </ul>	Operaciones, publicidad y mercadeo, contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades de reciclaje, rehuso y reutilización.</li> <li>• Campañas para disminución de ruido en locales comerciales.</li> <li>• Reforestaciones de áreas verdes cercanas al centro comercial.</li> <li>• Campañas de concientización para consumo de agua.</li> <li>• Utilización de generadores eléctricos y campañas de concientización para consumo de energía eléctrica.</li> </ul>	2 MESES

Continúa...



Tabla 5. Acciones inmediatas a abordar.

(Continuación...)

Asuntos de consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manual para prácticas de marketing responsable.</li> </ul>	Publicidad y mercadeo, comercialización, contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración del manual.</li> <li>Campañas dirigidas al personal del centro comercial, sobre actividades de responsabilidad social.</li> <li>Formar asociación con los colaboradores de los locales comerciales para poner en prácticas las actividades de responsabilidad social.</li> </ul>	2 MESES
Participación activa y desarrollo de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociaciones con instituciones públicas y privadas.</li> <li>Políticas y principios de participación</li> </ul>	Administración, publicidad y mercadeo, contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociaciones con empresas de alrededor del centro comercial para colaboración de las actividades de reforestación.</li> <li>Convenios con escuelas y colegios cercanos para actividades de reciclaje.</li> <li>Convenios para donaciones de libros para la biblioteca del centro comercial.</li> </ul>	3 MESES
Prácticas justas de operación.		Administración, publicidad y mercadeo, contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas dirigidas al personal del centro comercial, cliente y colaboradores sobre acciones de anticorrupción.</li> </ul>	

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

**d) Seguimiento y mejora continua de las acciones y prácticas de responsabilidad social.**

Para que sea exitosa la aplicación planificada de responsabilidad social en Ciudad Comercial El Recreo, se debe establecer medidas de monitoreo, control y seguimiento llevadas a cargo por cada unidad, pues esto garantizará no solo la retroalimentación, sino también la mejora continua, la disminución de impactos negativos, la evaluación de resultados y otros aspectos positivos que ayudan a que el centro comercial lleve a cabo una responsabilidad social empresarial eficiente y eficaz.

Tabla 6. Seguimiento para el cumplimiento de las materias fundamentales del CCE

<b>MATERIAS FUNDAMENTALES</b>	<b>FUNDAMENTADAS</b>	<b>UNIDAD RESPONSABLE</b>	<b>EVALUACIÓN CUMPLIMIENTO</b>
Gobernanza de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglamento general CCE</li> </ul>	Administración	Semestral
Derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de puestos.</li> <li>• Manual de funciones y salarios</li> <li>• Manual para reclutamiento y selección de personal.</li> </ul>	Junta administrativa	Semestral
Prácticas laborales.			
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de manejo de residuos orgánicos e inorgánicos.</li> <li>• Manual para prácticas ambientales adecuadas.</li> </ul>	Operaciones, publicidad y mercadeo	Trimestral
Asuntos de consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual para prácticas de Marketing responsable.</li> </ul>	Publicidad y mercadeo, comercialización.	Trimestral
Participación activa y desarrollo de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones con instituciones públicas y privadas.</li> <li>• Políticas y principios de participación</li> </ul>	Administración, publicidad y mercadeo	Trimestral
Prácticas justas de operación.		Administración, publicidad y mercadeo	Trimestral

Elaborado por: Espinosa Estefanía, Nicolalde Johanna y Sinmaleza Nathaly

## CONCLUSIONES

- La responsabilidad social empresarial tanto en el Ecuador, como en el mundo puede ser aplicado en todo tipo de empresas, pues no solo se refiere al cumplimiento de la normativa legal y las políticas de la organización, sino a todo el conjunto de acciones que debe tener en cuenta para que las actividades de la empresa tenga repercusiones positivas en la sociedad. Considerando además que el Estado, la empresa y la sociedad son actores muy importantes al momento de desarrollar estrategias de responsabilidad social empresarial que sean sostenibles en el tiempo y que realmente generen efectos reales.
- Los centros comerciales son un claro ejemplo de organizaciones en los que se concentra un alto número de empresas con gran variedad de servicios comerciales, y por la misma razón de sus actividades varios son los factores con los que se relaciona, teniendo la obligación de retribuir a la sociedad con acciones de responsabilidad social. Además, con la determinación de dichos factores en la empresa, es factible definir las estrategias apropiadas para el levantamiento de una propuesta socialmente sostenible.
- Con el levantamiento de un modelo de responsabilidad social adecuado a las necesidades de la empresa, es factible aplicar las estrategias de una manera más técnica y metodológica en organizaciones como los centros comerciales, de modo que los guíe hacia el cumplimiento de sus objetivos empresariales generando a la vez un valor social, basado en normas, valores, compromisos y acciones que proteja todos los factores de sus grupos de interés como derechos humanos, medio ambiente, comunidad y lugar de trabajo.

## RECOMENDACIONES

- Tomando en consideración que la responsabilidad social empresarial puede ser aplicada a todo tipo de empresas; las entidades deben estar obligadas a implementarla, muy independientemente de las actividades propias de la organización, es una obligación que se retribuya socialmente con acciones que promuevan el respeto por los valores, principios éticos, trabajadores, comunidad y medio ambiente; creando un interés propio e inteligente que produzca beneficios a la misma empresa y quienes la rodean.
- Los centros comerciales son organizaciones que por su gran actividad comercial generan fuertes impactos en la sociedad, por tanto la determinación de los factores para aplicar las estrategias de responsabilidad social deben estar minuciosamente estudiadas, pues en cada uno de ellos se detectará las necesidades más importantes para retribuir adecuadamente los beneficios a la comunidad.
- La implementación, la retroalimentación, el seguimiento y monitoreo del modelo de responsabilidad social levantado para el centro comercial ayudará para que sea más efectivo su ejecución y más factible la aplicación de las estrategias; sin dejar de lado que la presente propuesta puede ser usada como base para emplear la RSE en otras organizaciones similares que deseen que sus actividades sociales sean más eficientes y efectivas.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Administración Centro Comercial El Recreo. (2014). Quito.
- Administración Zonal Eloy Alfaro. (2014). Recuperado el 15 de junio de 2014, de <http://www.quito.gob.ec/administracion-zonales/administracion-eloy-alfaro#enfoque>
- AHK. (s.f.). *Camara de Industrias y Comercio Ecuatoriano Alemana*. Recuperado el 15 junio de 2014, de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- Alcaraz, A. y. (2010). *Comunicación y Tics: su efecto en la distribución comercial*. En A. y. Alcaraz. Madrid: Visión Netware.
- Argadoña, A. (2007). *Responsabilidad social de la empresa 146*. Madrid, España: Caritas Españolas.
- Boletín Estadístico Mensual ICQ. (noviembre de 2013). Recuperado el 14 de junio de 2014, de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/attachments/article/36/boletin1.pdf>
- Carrillo. (julio de 2012). *Tesis programa de comunicación para promocionar un centro comercial ubicado en el San Miguel Petapa*. Recuperado el 05 de octubre de 2014, de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03\\_4091.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_4091.pdf)
- CCR. (2012). *Manuel de Calidad del CCR*. Quito: CCR.
- Centro Comercial Atahualpa. (04 de junio de 2014). Recuperado el 08 de octubre de 2014, de <http://www.centrocomercialatahualpa.amawebs.com/>
- Centro Comercial Quicentro Sur. (2014). Recuperado el 04 de junio de 2014, de [http://www.quicentrosur.com/quienes\\_somos.asp?qSeccion=60](http://www.quicentrosur.com/quienes_somos.asp?qSeccion=60)
- CERES. (23 de octubre de 2005). *Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social*. Recuperado el 10 de junio de 2014, de <http://www.redceres.org/>
- Ciudad Comercial El Recreo. (septiembre de 2014). Recuperado el 14 de junio de 2014, de <http://www.ccelrecreo.com/quienes-somos/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador, art. 72, 73, 74, 97, 204, 315*. Quito.

- Cortés, C. A. (S.F.). Normas ISO 14000, 12.
- Cristina, C. S. (septiembre de 2010). Mejoramiento de procesos de la administración Ciudad Comercial El Recreo. Quito, Pichincha, Ecuador.
- D., J. V. (2003). *Gestión Ambiental por las Normas IOS 14001 En la Industria Ecuatoriana*, 1.
- Datanálisis. (09 de julio de 2014). *Datanálisis.com*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de [www.datanalisis-ec.com/.../INFORME%20FINAL\\_ESTUDIO%20DE%20...](http://www.datanalisis-ec.com/.../INFORME%20FINAL_ESTUDIO%20DE%20...)
- Dopazo, P. (2002). Coordinación y gerencia de riesgos ambientales. *Observatorio Medioambiental ISSN: 1139-1987*, 109.
- Dopazo, P. (2002). Coordinación y gerencia de riesgos ambientales. *Observatorio Medioambiental ISSN: 1139-1987*, 104.
- Dopazo, P. (202). Coordinación y gerencia de riesgos ambientales. *Observatorio Medioambiental ISSN: 1139-1987*, 106.
- ECSAH Programa de Comunicación Social*. (s.f.). Recuperado el 08 de agosto de 2014, de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401123/2013-2/401123\\_EXE/Proyecto\\_2010/leccin\\_26\\_que\\_es\\_la\\_responsabilidad\\_social\\_y\\_tipos.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401123/2013-2/401123_EXE/Proyecto_2010/leccin_26_que_es_la_responsabilidad_social_y_tipos.html)
- E-economic. (2002-2014). *e-economic enciclopedia*. Recuperado el 15 de julio de 2014, de [e-economic enciclopedia: http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-responsabilidad-social](http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-responsabilidad-social)
- Enciclopedia de economía*. (s.f.). Recuperado el 18 de agosto de 2014, de <http://www.economia48.com/spa/d/valor-de-la-empresa/valor-de-la-empresa.htm>
- Encuentro, F. (2006). *Informe España: Una interpretación de su realidad social*. Madrid, España: CECS.
- Escudero, A. (2008). Los Centros Comerciales, espacios postmodernos de ocio y de consumo. En A. Escudero. España: Universidad de Castilla.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid, España: Club Universitario.
- Fraguío, P. D. (2002). Coordinación y gerencia de riesgos ambientales. *Observatorio Medioambiental ISSN: 1139-1987*, 108.
- Fraguío, P. D. (2002). Coordinación y Gerencia de Riesgos Ambientales. *Observatorio Medioambiental ISSN: 1139-1987*, 112.

- Fundacion ProHumana.* (s.f.). Recuperado el 17 de junio de 2014, de [http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60)
- Galea, G. (13 de abril de 2012). *Hotcourses Latinoamérica.* Recuperado el 03 de julio de 2013, de <http://www.hotcourses.com.mx/study-abroad-info/subject-info/corporate-social-responsibility-in-a-globalized-world/>
- Gárriga, M. y. (2004). *Responsabilidad social de la empresa.* Quito.
- Global, R. P. (1995). Quito, Ecuador: Global.
- Gómez, H. E. (25 de noviembre de 2012). *Slide Share, Responsabilidad social empresarial.* Recuperado el 11 de mayo de 2014, de <http://www.slideshare.net/HenriEmmanuelLopezGomez/responsabilidad-social-empresarial-rse-15332159>
- Guibert, U. J. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial: Competividad y casos de buenas prácticas pymes.* Dusto.
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. (1998). Recuperado el 29 de abril de 2014, de Organizacion gubernamental: <http://www3.ethos.org.br/>
- ISAGEN. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial.* Recuperado 29 abril de 2014, de <http://www.isagen.com.co/ResponsabilidadEmpresarial/glosario.html?menu=none>
- Ley de gestión ambiental Ecuador. (1999). *Ley de gestión ambiental Ecuador.* Quito.
- Ley orgánica de defensoria del consumidor. (2000). *Ley orgánica de defensoria del consumidor.* Quito.
- Lindbaek, J. (2003). *La etica y la responsabilidad social empresarial.* Caracas, Colombia: Capital Social.
- Lobato. (2006). *Gestión de la Compraventa.* Madrid, España: Paraninfo.
- Martínez, H. H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresaria.* Bogota, Colombia: Pontifica Universidad Javeriana.
- Ministerio de industrias y productividad del Ecuador . (s.f.). *Boletin de prensa portal de Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador .* Recuperado 18 agosto de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/comunicamos/>
- Molinillo, S. (2002). Centros comerciales de area urbana. En S. Molinillo. Madrid: ESIC.

- Momberg, M. R. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*.
- Montoya, J. E. (s.f.). *Primer Congreso Binacional de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Muñoz, S. (2006). *Tesis proyecto de inversion para la creación de un proyecto de un centro comercial en el canton de Santa Elena, para un segmento socio demográfico medio*. Recuperado el 05 de octubre de 2014, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3748/1/6275.pdf>
- Norma Internacional ISO 26000. (2010). Quito.
- Organizacion Internacional del Trabajo. (marzo 2006). Guía de Recursos sobre Responsabilidad Social de la Empresa. *Iniciativa Infocus sobre Responsabilidad Social de la Empresa* (págs. 1, 2). Ginebra: Subcomision de Empresas Nacionales MNE.
- Perspectiva. (2012). *Responsabilidad social de las empresas en el Ecuador*. Recuperado el 01 de noviembre de 2014, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-diciembre-2012/916-responsabilidad-social-de-empresas-del-ecuador-2012>
- Plan Nacional del Buen Vivir . (2013-2017). Quito.
- Polo tecnologico, R. (2013). La iso 14001-2004. *Polo tecnologico rosario*.
- Rodríguez, A. (2005). *Cómo Hacer Responsabilidad Social Empresarial para la Gente*. Cracas: Texto C.A.
- Santos, M. (2006). Distribución Comercial. En M. Santos. Madrid: ESIC.
- Santos, M. (2006). *Distribución corporativa*. Barcelona: ESIC.
- Yepes, G. A. (septiembre de 2007). *Responsabilidad Social Empresarial Fundamentos y Aplicaciones en las organizaciones de hoy*. Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas.