

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN SECRETARIAL**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS
BACHILLERES DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DEL
COLEGIO NACIONAL MIXTO “PATRIA ECUATORIANA”**

Previa a la obtención del TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN
ASIGNATURAS SECRETARIALES**

**EGRESADA:
MARÍA EVELINA BRITO MERINO**

**TUTORA:
LCDA. JUDITH ERAZO**

**AÑO LECTIVO
2011 – 2012**

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico de manera muy especial y con mucho cariño a todos los Bachilleres de Comercio y Administración del prestigioso Colegio Nacional Mixto “PATRIA ECUATORIANA”, a las Autoridades del Plantel, a todos mis compañeros docentes y a todas las personas que me apoyaron en esta larga travesía de culminación de mi trabajo.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a DIOS por haberme dado el conocimiento y la sabiduría suficiente para poder culminar esta nueva etapa de estudios, también agradezco a las autoridades del Colegio Nacional Mixto “PATRIA ECUATORIANA”, por haberme permitido desarrollar este proyecto de investigación, a los estudiantes Bachilleres de Comercio y Administración que colaboraron con su participación activa en los talleres, encuestas realizadas, además de nuestros compañeros docentes que brindaron todo su apoyo, a los compañeros del DOBE, a las empresas particulares.

Estoy muy agradecida especialmente a la Lcda. Judith Erazo y a la Msc. Lcda. Mónica Villamar, excelentes tutoras de mi proyecto y sin olvidar a mi querida familia por toda la comprensión que me brindaron.

Muchas gracias a todos

RESUMEN

Tras un análisis del concepto y el grado actual de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se analizan los procesos tanto de elaboración como de implantación de los instrumentos orientados a la educación de los Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

La labor investigativa que se ha aplicado fue práctica e integral, las revisiones de las ventajas que se construyeron para los estudiantes de la Institución fueron los conceptos principales que se evaluaron, resaltando los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial viene a ser un compromiso u obligación que los miembros de una sociedad, ya sea como individuos o como miembros de subgrupos, tienen con la sociedad en su conjunto; compromiso que implica la consideración del impacto, positivo o negativo, de una decisión.

La investigación se enfoca en el análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial incorporado a la gestión empresarial y a la educación secundaria.

En dicho proceso se incorporan valores éticos, políticas y una guía diseñada para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto de estas en su entorno social y natural.

La Responsabilidad Social aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso educativo, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa. Este proceso lleva a que se incorpore una serie de reglas en forma voluntaria, bajo las cuales se crea un compromiso con la comunidad y el entorno, traduciéndose estas en un nuevo paradigma el que introducido a la gestión empresarial se presenta como fuente

de conocimientos para los Bachilleres de la Institución Educativa además de las ventajas que se observa para las empresas que operan en el mercado.

Entonces, para explicar las ventajas que representa la Responsabilidad Social Empresarial para los educandos, el análisis de su competitividad se divide en dos partes, siendo la primera introductoria a los conceptos básicos de ésta nueva herramienta de gestión, la segunda parte se enfoca a las motivaciones que mueven a las empresas a incorporar este concepto.

La necesidad de construir una sociedad sustentable es una obligación moral que se debe cumplir en los estudiantes, ellos son el futuro del país y por ende se debe incentivar y guiar por el camino del pensamiento crítico y optimista con el fin de cultivar jóvenes constructivistas, leales y agradecidos con la sociedad.

Una nueva percepción de que el cumplimiento de los objetivos personales no tienen por qué ser egoístas e ir en contra del bienestar común que por consiguiente genere prosperidad para todos.

Es un desafío no menor que requiere de la concentración de los jóvenes educandos, con sus frescos conocimientos, para ir diseñando y encontrando las alternativas que permitan dejar de destruir nuestro entorno y espíritu. Sin embargo, veo en el diario vivir, como gran parte de la población con acceso a educación ha empezado a emprender un camino distinto al de la sustentabilidad, haciendo caso omiso al bienestar de las futuras generaciones y la conservación del medio ambiente, a cambio de un estándar de vida mejor para ellos mismos y sus descendientes más próximos.

ÍNDICE GENERAL

Tema	Pág.
Portada	
Resumen	
Índice	
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	2
1.1 Tema	3
1.2 Diagnóstico	3
1.3 Definición del problema de investigación	5
1.4 Justificación	9
1.5 Objetivos	11
1.6 Intencionalidad de la investigación	12
CAPÍTULO II	14
2. Marco Teórico	15
2.1 Estado del conocimiento	15
2.2. Fundamentación teórica	17
2.2.1 ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?	17
2.2.2 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial	24
2.2.3 Aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa	29
2.2.4 Beneficios de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial	30
2.2.5 Marco Conceptual	36
2.2.6 Marco Demográfico	38
2.2.7 Marco Geográfico	38
2.2.8 Marco Institucional	39
2.2.9 Marco Legal	41
2.3 Hipótesis	47
2.4 Variables de la investigación	47
2.5 Indicadores	47

CAPÍTULO III	49
3. Metodología	50
3.1 Universo muestral	52
3.2 Métodos, técnicas e instrumentos	54
3.3 Aplicación de instrumentos	58
3.4 Procesamiento de datos	58
3.4.1 Análisis e interpretación de datos	60
3.5 Recursos	81
3.5.1 Instrumentales	81
3.5.1.1 Fungibles	81
3.5.1.2 Permanentes	81
3.5.2 Cronograma	82
3.5.3 Presupuesto	83
3.6 Resultados	84
3.7 Viabilidad o factibilidad de la investigación	85
CAPÍTULO IV	86
4. Informe Técnico Final	87
4.1 Conclusiones y recomendaciones	101
4.2 Propuesta	102
5. Bibliografía	104
6. Anexos	105

CAPÍTULO I

CAPITULO I

1. INTRODUCCION

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se define como una contribución eficiente voluntaria y comprometida al mejoramiento social, económico y ambiental, donde se encuentra como protagonistas a las diferentes empresas, generalmente aquellas que dentro de sus valores, misión y visión consideran mejorar su situación competitiva y de imagen, ofreciendo valores agregados en el entorno donde se desarrollan.

La Responsabilidad Social Empresarial va más allá del cumplimiento de leyes y normativas que estipula un país, teniendo como inicio ineludible el cumplimiento respetuoso y estricto de la legislación laboral y reglamentaciones con el medio ambiente. Es importante que se tenga presente que no habría Responsabilidad Social Empresarial si no se ha cumplido con la legislación en referencia.

Un sano compromiso de manejar la Responsabilidad Social Empresarial va de la mano con un sentimiento comprometido hacia la comunidad, siendo vital la investigación de necesidades, costumbres, cultura y problemáticas que posee en entorno donde se desarrolla la empresa. Para generar el impacto adecuado se debe de encontrar colaboradores que estén alineados con los objetivos sociales de la empresa. No cabe duda que actualmente en nuestro país la Responsabilidad Social Empresarial es una aplicación de grandes empresas interesadas en mantener una buena imagen corporativa ante una comunidad y ante sus consumidores. Lamentablemente en las medianas y pequeñas empresas no se puede observar el mismo nivel de compromiso ya sea por cultura, capacidad económica o factores adversos.

Para dejar un precedente de cambio se necesita influir positivamente en las nuevas generaciones de jóvenes estudiantes que son los futuros colaboradores, empresarios y emprendedores e innovadores, que tendrá el país.

Jóvenes que al tener una visión responsable y comprometida con la sociedad, consecuentemente podrán desempeñarse de manera responsable y comprometida con la comunidad.

Esta investigación trata sobre la importancia de conocer fundamentos y parámetros de la Responsabilidad Social Empresarial, identificando las demandas que se presentan en el entorno laboral y tras conocer los compromisos de los estudiantes definir una guía educativa donde indique qué practicas pueden desarrollar dentro del plantel para afianzar una cultura alineada con la visión y misión de las empresas responsables con la comunidad.

Frente a las demandas empresariales, se hace necesario desarrollar esta investigación con la principal intención de eliminar la falta de conocimiento, debilidad grave en los estudiantes y permitirles adquirir las competencias necesarias para encarar los actuales requerimientos sociales que están manejando las empresas.

1.1 TEMA

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS BACHILLERES DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO “PATRIA ECUATORIANA”

1.2 DIAGNÓSTICO

Se está experimentando un proceso de cambios que afecta a la sociedad y el medio ambiente, causado en gran parte por nuestro modo de vida, nuestros hábitos de consumo y de producción, existe un gran índice de desconocimiento en los estudiantes de bachillerato acerca de este tema tan importante como lo es la Responsabilidad Social, todo esto indica que es necesario inducirlos adecuadamente en el pensamiento solidario y de la percepción de las necesidades de los demás como si fueran propias.

El envejecimiento de la población, la exclusión social y el empobrecimiento, así como el cambio climático y la escasez de recursos naturales son problemas que dejaron de ser aislados y traspasan las fronteras junto al desarrollo del fenómeno de la globalización y alcanzan hoy en día dimensiones internacionales.

En esta situación global, el ámbito de acción y la dimensión de las grandes empresas multinacionales, tanto a nivel geográfico, económico y social ha aumentado de manera importante la producción y la inclusión de necesidades en el consumidor.

En busca de una maximización de los beneficios, el efecto de la globalización ha resultado en un aprovechamiento desmesurado de los recursos naturales. Del mismo modo estas prácticas se reflejan en el mercado laboral estando cada vez más exigente, inestable e insuficiente.

De estos cambios nacen nuevas demandas, entendidas cada vez por el mundo empresarial, como oportunidades de mejora. La Responsabilidad Social Empresarial surge de la necesidad inmediata de paliar los daños resultantes de producción y desarrollo a grandes escalas y evitar su agravamiento, ofreciendo soluciones a los problemas demográficos, sociales y medio ambientales, sin olvidar la creación de riqueza, razón de ser de la empresa.

El afán de adquirir reconocimiento de la opinión pública, obliga a los empresarios a incluir situaciones donde se da la utilización de matices de conciencia social y medioambiental.

Los resultados han sido poco favorables, por la falta de credibilidad a causa de muchas empresas que no han cumplido éticamente el compromiso responsable versus otras empresas cuya filosofía sí respeta los principios de responsabilidad en su entorno. Esta situación se ve agravada por una falta de transparencia provocada por la multiplicidad de definiciones, de sellos o etiquetas medio ambientales o sociales y por la diversidad de sistema de reporte y verificación de memoria de sostenibilidad.

Por otro lado se puede encontrar un panorama poco alentador ya que existe un conjunto de protagonistas que presenta un conocimiento insuficiente con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial. Esta deficiencia se presenta desde la formación académica donde no se incluye muchas veces conceptos o prácticas que afiancen una visión de cultura relacionada a la Responsabilidad Social Empresarial. Otro grupo importante que muchas veces se considera un tercer contexto es el externo, en donde se intenta muchas veces desarrollar las relaciones de la empresa hacia afuera formando el vínculo empresa sociedad.

Dentro de este contexto se considera proyección con las personas cercanas a la empresa, alianzas con organizaciones públicas y privadas, participación del empresariado en la agenda social del país. Para lograr con éxito cualquier campaña responsable planteada por la empresa además de los otros factores ya mencionados, deben preocuparse en cumplir a lo interno, cuidando la productividad, competitividad, sostenibilidad e imagen que están vendiendo, ya que tiene que existir una relación legítima entre la cultura social que se proyecta hacia afuera y el cumplimiento interno con las condiciones necesaria.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es la nueva visión integral que ha ligado a las empresas y la sociedad, dejando además la oportunidad de aprendizaje a los bachilleres de comercio y administración dando lugar a comprender y poner en práctica los fines económicos y productivos de forma asociada con mejoras en la calidad de vida de las personas en sus distintos roles dentro de la sociedad, por lo que asumen toda actividad económica como generador y proporcionador de bienestar social, indistintamente de que la normatividad legal o educativa bajo la cual se desenvuelven, no represente las demandas y compromisos que las personas esperan que se generen en la formación de los bachilleres, lo que implica que, deben poseer una capacidad de respuesta frente a sus acciones, logrando con ello establecer la orientación de sus responsabilidades sociales, no solo en el orden propio de la actividad

comercial, sino en el cuidado y preservación del entorno, lo que es un compromiso más profundo y exigente, en donde está de por medio también su formación ética e ideológica, ya que, la formación de bachilleres en Comercio y Administración, está ligada a los procesos educativos holísticos que propenden a una concienciación humana del bachiller.

Sin embargo la problemática reside en que actualmente no todos los jóvenes están ligados a conocer este tipo de conceptos, siendo esto solo parte de la situación ya que hay un sin número de variables que se suman a las acciones catalogadas como no responsables socialmente.

Importante remarcar que los problemas por una inadecuada Responsabilidad Social Empresarial no son generados por una sola fuente, siendo señalada la empresa como el único ente causante. Por el contrario factores y condiciones de un estado son igualmente responsables de sus males, las políticas blandas y favoritistas, acciones imprecisas e irresponsables de los gobiernos; gobernantes permisibles sumados a los sistemas de corrupción leyes con ambigüedad que permiten se desarrollen irregularidades en los diferentes sectores empresariales. Además, la poca preocupación y carente importancia que se brinda al tema por parte de entidades educativas es agravante generado por falta de conocimiento de este tema complejo que muchas veces es relacionado con paradigmas negativos por parte de empresarios y actores del sector productivo y comercial.

El bajo escrúpulo de muchos empresarios y personas que conociendo su responsabilidad social y empresarial, actúan de forma irresponsable tras velar solo incentivos personales.

En términos generales los responsables: gobierno y sus políticas, instituciones educativas de nivel medio y superior, empresas, empleados, padres de familia, medios de comunicación e informativos y demás actores que incurren en el desarrollo de un país, son responsables en los daños ocasionados, bien por acciones directas o por omisión de procesos, deberes, compromisos y responsabilidades de calidad.

Si se busca como propósito el generar un balance de algunos de los problemas causados por acciones no responsables en la cultura social empresarial, es fundamental definir lo que se conoce como "Medio ambiente".

Cuando se toca el tema medio ambiente se tiende a pensar únicamente en aspectos ligados con los recursos naturales y la calidad de los mismos, tierra, agua y aire, por lo tanto se resume y se genera alternativas, mejoras y soluciones enfocadas tan solo a prácticas de tipo ecológico en temas relacionados con "desarrollo sostenible", "producción más limpia" y similares, es decir, manejo de desechos y residuos, estableciendo acciones hacia el reducir el impacto de contaminación ambiental y por ende fomentar el ahorro, reciclar desechos y re-usar en nuevas alternativas ecológicas que alarguen la vida útil de los recursos limitados.

Este es un excelente paso, pero no se debe omitir que en el concepto del "Medio ambiente" se magnifica el ser como tal, siendo el hombre, que no solamente necesita buena calidad de aire para respirar si no un buen líquido vital para beber y un terreno fértil y variedad de especies de flora y fauna para su alimentación y preservación. Por ser un animal racional, consciente de su existencia y pensante, el hombre necesita además desenvolverse en un entorno de paz y tranquilidad, esto sumado a la seguridad y bienestar mental así como un adecuado cuidado del físico, la armonía entre los seres, la satisfacción por vivir en un entorno prometedor, la armonía con el resto del medio ambiente, y con sus motivaciones de vida y sentido de trascendencia.

Hacer empresa hoy en día no es una tarea fácil. Es un escenario arriesgado con un mercado en constante cambio y evolución: Dicen algunos empresarios: "la situación se torna más violenta", "no hay en quien confiar", y así como estas apreciaciones existen muchas más que reflejan desconfianza e incertidumbre ante la situación social actual.

Así se va arriesgando una situación de desconcierto en donde la práctica empresarial es cada vez más compleja por no llamarle difícil, esta situación afecta el ejercicio financiero, no solamente por medidas de

mejoramiento en los sistemas de seguridad personal, industrial o de los bienes, también por el crecimiento de ausentismos, e impavidez por los daños causados en propiedad ajena, por devoluciones, retrocesos, pérdida de clientes o inmoralidad de algunos funcionarios del mismo sistema y más aspectos que hacen parte de un hecho conocido como "lo normal en un ejercicio empresarial", y que son indicadores medibles en los balances financieros de cada empresa y permiten observar los resultados. El panorama actual para las empresas no es nada alentador, de nada favorece sus actividades, atenta contra la estabilidad financiera, afecta el bienestar interno y externo y por ende la productividad repercutiendo en la competitividad de los actuales mercados. Entre algunos de los hechos negativos, se destaca:

Crecimiento de la inseguridad, violencia y conflictos sociales que amenazan la tranquilidad, lo que implica aumentar la inversión en seguridad, generando mayor riesgo y temor al momento de invertir y en caso de atentados o daños, la pérdida y la consecuente reposición de los bienes es inevitable.

- La falta de identidad, el poco sentido de pertenencia y el carente compromiso de realizar planes de mejoramiento
- El estrés y los estados depresivos que generan ausentismos, deserciones, conflictos, tensiones y una serie de malestares que atentan con el desarrollo organizacional.
- Problemas emocionales, neurosis, paranoias sociales y otros estados que contribuyen a desarrollar conflictos, que desmotivan e influyen en la poca concentración y en bajos resultados.
- Existen otros males que estropean el entorno personal y desestabilizan a los grupos familiares, con efectos en los grados de atención, la disposición, el aporte y los resultados en la empresa y en general a la sociedad. Entre ellos están:

- Las crecientes tendencias a la dependencia por la drogadicción, el alcoholismo y otras sustancias que generan problemas internos y descomponen la sociedad.
- El aumento de la industria del secuestro, las violaciones, el atraco y otros actos violentos que generan temores y crean un clima de tensión y miedo.
- El aumento de robos, de hurtos, de desfalcos y otras prácticas deshonestas que reducen la motivación hacia la inversión, implican más costos en protección y que por el mismo estado de prevención, aminora competencias e ingresos influyendo en estados de ánimo, pues crece la desconfianza, los estados de recelo y las dudas.
- Sumado a otros asuntos lo anterior es parte del panorama en que se desenvuelven las personas y en el que están inmersas las empresas. Un escenario muy satanizado pero que pareciera inmodificable, por la fuerza que con el tiempo ha adquirido, lastimosamente este concepto es parte de un escenario normal de la vida cotidiana.

No está de más aclarar que la productividad de las personas está influenciada directamente por el tipo de ambiente empresarial; es decir que sea sano y favorable para mejores resultados financieros de producción y de mercadeo. Definitivamente son un conjunto de factores que engloban la cantidad de aspectos que hacen parte de nuestra población laboral, es una tarea casi interminable y todo lo anterior son acciones que repercuten en la pérdida de la esperanza de las personas, la baja ilusión, la poca disposición por hacer bien las cosas, merma su capacidad productiva y afecta la productividad, la que se refleja en los estados financieros de las empresas.

1.4 JUSTIFICACIÓN

- Partiendo de las acciones y conceptos realizados en los países de primer mundo se intenta relacionar la situación actual de nuestro país con las

aplicaciones locales en Responsabilidad Social Empresarial y obtener un enfoque claro de las debilidades y oportunidades de mejora que se pueden implementar.

- Es importante medir el nivel de conocimientos que tienen los estudiantes de bachillerato de comercio y administración del Colegio Patria Ecuatoriana sobre este tema de carácter social, porque les permitirá tener una mejor percepción de sus compromisos frente a la vida real y laboral.
- Se desea que los estudiantes de bachillerato de comercio y administración del Colegio “Patria Ecuatoriana” puedan sembrar una cultura de Responsabilidad Social Empresarial.

Es importante que este concepto lo puedan descubrir bajo la metodología de la educación experiencial de aprender haciendo.

- El desarrollo de este proyecto se justifica porque pretende minimizar las necesidades de conocimiento y experiencia que presentan los estudiantes de bachillerato de comercio y administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, en relación a la Responsabilidad Social Empresarial preparándolos en conocimiento y experiencia, brindando la oportunidad de manejar conceptos y cultura social.
- Se considera que es esencial analizar la evolución del entorno al que se van a enfrentar los futuros bachilleres y prepararlos para satisfacer las demandas del escenario cambiante del mundo laboral
- Una vez que se conozca el compromiso que actualmente las organizaciones adoptan respecto a la Responsabilidad Social Empresarial es importante alinear a los estudiantes con estos conceptos, ofreciéndoles las posibilidades de encajar con los requerimientos de cultura organizacional que actualmente las empresas están incorporando en sus colaboradores.

- Para consensuar las ideas mencionadas anteriormente y encontrar las técnicas adecuadas que permitan hacer llegar estos conceptos a los bachilleres de comercio y administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, se deberá conocer toda la información relacionada a la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial.

1.5 OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar las demandas y compromisos que la comunidad espera de los bachilleres de comercio y administración del Colegio Nacional Mixto “PATRIA ECUATORIANA”, para sentar las bases de orientación en su Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos Específicos

1. Establecer los fundamentos y parámetros de la Responsabilidad Social Empresarial.
2. Identificar qué tipo de demandas se presentan en el campo laboral.
3. Determinar qué compromisos son capaces de asumir los bachilleres de comercio y administración con respecto al campo laboral y social.
4. Identificar las líneas de bases para la caracterización y práctica de la Responsabilidad Social Empresarial dentro del Plantel.
5. Determinar el papel del Docente y su compromiso para asumir la práctica de la gestión social empresarial.
6. Diseñar una guía para que los estudiantes puedan ejecutar con éxito las particularidades propias de la Responsabilidad Social en los diferentes campos, en los que se desenvuelven como futuros bachilleres de comercio y administración del plantel.

1.6 INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Es clara la intencionalidad que existe en este proyecto, al ser su objetivo más importante el de crear conciencia en los estudiantes, futuros profesionales de la Patria, por ser ellos el mañana se desea que vayan creciendo con la idea de ocuparse de la ciudadanía o de ayudar a que muchos trabajadores y desempleados puedan crecer económicamente mediante la Responsabilidad Social.

Como primer evento se plantea educar a los estudiantes, con la intención de incrementar la conciencia social. Estas mejoras son alentadoras pues los avances logrados durante las dos décadas anteriores han sido gigantes en comparación a los casi doscientos años de historia de nuestro país. Pero la cifra sigue siendo pequeña.

De esta forma, los estudiantes de hoy, deben asumir la Responsabilidad Social que implica tener la oportunidad de educarse. Esta responsabilidad está determinada por el rol presente y futuro de los más educados para con la sociedad en la que se desenvuelven. Los cambios que urgen dentro de una sociedad deben ser impulsados por los estudiantes, dispuestos, a romper el status quo.

Ser joven y no ser revolucionario es una contradicción, si es que la revolución es entendida como el cambio o la transformación radical y profunda del pasado o presente inmediato. Y las armas que hoy se da a los estudiantes, son las del conocimiento y la amplitud de mente.

Es por esto, que mientras mejor se entienda este desafío, mientras más profundo sea nuestro estudio, de mejor calidad serán las decisiones futuras que se tomen.

La necesidad de construir una sociedad sustentable es una obligación moral que se debe cumplir en los estudiantes, ellos son el futuro del país y por

ende se debe incentivar y guiar por el camino del pensamiento crítico y optimista con el fin de cultivar jóvenes constructivistas, leales y agradecidos con la sociedad, es decir con una nueva percepción de que el cumplimiento de los objetivos personales no tienen por qué ser egoístas e ir en contra del bienestar común que por consiguiente genere prosperidad para todos.

La Responsabilidad Social Empresarial es un desafío no menor que requiere de la concentración de los jóvenes educandos, con sus frescos conocimientos, para ir diseñando y encontrando las alternativas que permitan dejar de destruir nuestro entorno y espíritu. Sin embargo, veo en el diario vivir, como gran parte de la población con acceso a educación ha empezado a emprender un camino distinto al de la sustentabilidad, haciendo caso omiso al bienestar de las futuras generaciones y la conservación del medioambiente, a cambio de un estándar de vida mejor para ellos mismos y sus descendientes más próximos. Quieren ser los primeros en llegar sin entender hacia donde se dirigen.

CAPÍTULO II

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ESTADO DEL CONOCIMIENTO

En el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU. se preocuparon por la vivienda, el bienestar y la calidad de sus empleados. Junto con la aparición de movimientos contrarios a grupos que consideraban poco éticos al lucrarse con productos perjudiciales para la sociedad, como venta de tabaco, alcohol, etc.

Con el siglo XX y con el desarrollo del estado de bienestar, el sentimiento filantrópico se volcó en relaciones formales integrales dentro de las instituciones; cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos. Aunque la expresión surge entre los 50-60 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que genere mayor cohesión social, utilizó el concepto.

Pues en la sociedad europea había cada vez más problemas en torno al desempleo de larga duración y la exclusión social que eso suponía. Más tarde en 1999 el secretario general de la ONU durante el Foro Económico y Mundial de Davos pidió que se adoptasen valores con rostro humano al mercado mundial. Lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la Responsabilidad Social Empresarial, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Además, existen otras entidades e

iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

Doctor Ricardo Fernández en su obra: Responsabilidad Social Corporativa, año 2009, Pág. 67 indica:

La comisión de la Unión Europea fijó en julio del 2001 las bases conceptuales de este término en su Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” donde define la responsabilidad social corporativa como la integración por parte de las empresas de las cuestiones sociales y medioambientales en las actividades empresariales, en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores o partes interesadas: accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, administraciones públicas y comunidades locales en base una iniciativa de carácter voluntario.

En Brasil, la coalición presidida por el izquierdista Luis Ignacio "Lula" Da Silva, en la que participaron numerosos empresarios, ha promovido la Responsabilidad Social Empresarial y existe un proyecto de Ley de Responsabilidad Social desde octubre del 2003. Existen normas oficiales acerca de la Responsabilidad Social Empresarial como la norma SA 8000 (Social Accountability Standard 8000) impulsada por el Council on Economic Priorities y aplicada por SAI,¹² así como la norma SGE 21 de Forética, la única norma en el mundo que certifica globalmente la Responsabilidad Social Empresarial en todos sus ámbitos.

En noviembre de 2010 fue publicado la norma-guía ISO 26000, que no tiene por finalidad ser certificable ni un sistema de gestión, sino orientar las organizaciones en la introducción de prácticas socialmente responsables.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 ¿QUÉ ES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

La Responsabilidad Social Empresarial es él: “Hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera. La decisión de hacer estos negocios rentables, de formas éticas y basadas en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto se generará:

- 1. Mayor productividad**
- 2. Lealtad del cliente**
- 3. Acceso a mercados**
- 4. Credibilidad**

La Responsabilidad Social Empresarial no es una cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta forma de hacer negocios garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico.

La Responsabilidad Social Empresarial es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

El objetivo principal que persigue la Responsabilidad Social Empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generan en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Es importante reconocer que existen públicos o actores con los que toda empresa se interrelaciona. A estos, se les llama “públicos interesados”. Los públicos interesados son todas aquellas personas a quienes el negocio afecta y se ven impactados por la empresa de manera negativa o positiva.

La empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la empresa o hacia fuera de la empresa. En cada caso ya sea interno o externo, existen diferentes públicos interesados hacia donde puede focalizar su acción.

Algunos públicos interesados están a lo interno de la empresa, como son los colaboradores, accionistas, y la alta gerencia por ejemplo. A lo externo de la empresa, se encuentra a los proveedores, clientes, y la comunidad en general.

Delimitar el impacto interno y externo que tiene la empresa es fundamental. Es así entonces, que nace **La Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial**.



En el área interna, estas prácticas están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores).

Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores / clientes) Además, abarcan temas como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado. La empresa socialmente responsable debe serlo en principio desde su interior porque su principal responsabilidad es con sus colaboradores, que finalmente son los que hacen posible el negocio.

Una empresa que no enfrenta problemas internos, en donde sus colaboradores se identifican con ella y que tiene una trayectoria transparente en términos del cumplimiento de la ley, garantiza mayor éxito en el resultado de sus acciones y le provee mayor legitimidad a sus prácticas a lo externo.

Una vez cumplidos estos requerimientos fundamentales, la empresa puede enfocarse hacia la dimensión externa y tendrá mayor impacto positivo. Esto se debe a que en una empresa en la que se adoptan valores éticos, existe transparencia en las operaciones y se cumple con los requerimientos legales, transmite mayor confianza a lo externo con sus proveedores, clientes, gobierno y con la sociedad en su conjunto. La Responsabilidad Social Empresarial facilita la identificación y constitución de conglomerados, pues este modelo busca la forma que la empresa pueda mejorar su relación con su cliente y con su proveedor, buscando constituir cadenas productivas socialmente responsables, para que se pueda hablar de un producto o un servicio socialmente responsable.

La RSE ante el espejo: carencia, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI, año 2011, pág. # 37 escrito por Fernando Casado Cañe nos indica:

El concepto de RSE abarca muchos aspectos e implica directa o indirectamente todo lo relacionado con la empresa. En su

contenido no solo confluyen áreas tan variadas como la seguridad laboral, la ética empresarial los derechos humanos, las inversiones sociales o aspecto medio ambiental sino que afecta también a la productividad, la gestión de fondos y al proceso de toma de decisiones.

Si se logra que estas prácticas sean parte de nuestra estrategia empresarial, de nuestra forma de hacer negocios los 365 días del año y que todos los colaboradores de nuestras empresas viva esta nueva cultura empresarial, tendremos personas que contribuyan conscientemente con sus acciones al éxito de las empresas, convirtiéndolas en empresas líderes y ejemplos dignos de seguir.

De esta forma, se determina la relación entre pobreza, mercado y competitividad, así como el efecto retroactivo que esta cadena crea. Si se desea lograr que las empresas sean competitivas, éstas deben empezar por crear las condiciones adecuadas de mercado, que implica desde acciones de cumplimiento con el régimen legal hasta la participación en políticas de Estado, de lo contrario se caerá en un círculo vicioso que afianzará la pobreza en el país.

Como vemos, la Responsabilidad Social Empresarial se evidencia a través de la ejecución de prácticas empresariales que generan un impacto positivo tanto a lo interno como a lo externo. Se requiere promover la implementación de éstas prácticas en dos contextos: El primero es a lo interno y el segundo es a lo externo de la empresa. Este primer contexto, el interno contempla la interacción de los recursos de la empresa en función de sus resultados.

Para esto se consideran dos dimensiones:

1. El Cumplimiento del marco legal es necesario reconocer que la empresa no puede ser responsable socialmente si no está cumpliendo,

antes que nada, con el régimen legal ya que ésta es la base de cualquier acción de Responsabilidad Social Empresarial y el fundamento para el desarrollo de cada uno de los países. De cualquier otro modo, las acciones de la empresa carecerán de legitimidad y sostenibilidad en el largo plazo.

Recordemos que la evasión y la falta de transparencia no son sinónimos de competitividad y que tenemos que pasar de ventajas comparativas a ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo, porque la mano de obra barata está dejando de serlo por la falta de tecnificación y productividad.

Es necesario invertir en el desarrollo de las capacidades de nuestra gente y nuevas tecnologías que incorporen también la preservación del medio ambiente.

El segundo paso de este contexto es propiciar el desarrollo de la persona dentro de la empresa. Los colaboradores son necesarios para el éxito de cualquier empresa, y en la medida en que estén más capacitados, más motivados, mejor tecnificados y con buenas condiciones laborales, la competitividad de la empresa será mayor logrando así maximizar la productividad de las empresas.

2. El segundo contexto es el externo, en donde ya se desarrollan las relaciones de la empresa hacia fuera formando el vínculo empresa sociedad. Dentro de este contexto se consideran tres dimensiones:

En primer lugar, **la proyección a la familia del colaborador**, son las personas más cercanas a nuestra empresa que están fuera de ella.

Trabajar con las familias de los colaboradores reforzará la lealtad de todos hacia la empresa. Se puede extender los beneficios, capacitarlos, transmitir el trabajo que sus familiares realizan dentro de la empresa. Esto los convertirá también en aliados de la empresa y en voceros del trabajo que se realiza.

En segundo lugar está la **proyección a la comunidad**, la cual debiera ser básicamente articulación de alianzas con organizaciones públicas y privadas locales, con el propósito de integrar esfuerzos en la consecución de objetivos y metas comunes de carácter local y estructural que faciliten el desarrollo sostenible de la zona (autogestión, planes municipales priorizados, acciones estratégicas, visión y todo aquello en lo que la empresa tiene impacto en la comunidad incluyendo el medio ambiente). Todo esto hará buenos vecinos corporativos.

Y en tercer lugar la participación en el diseño y ejecución de Políticas de Estado es la participación del empresario, en la agenda social del país es prioritaria, toda vez que el desarrollo productivo de un país está estrechamente ligado al desarrollo de sus habitantes”.

La formulación de planes de nación de largo plazo, la ejecución de las acciones y cambios estructurales, así como la evaluación de los resultados, son funciones que el sector privado debe compartir con sus gobernantes para garantizar su continuidad y consecución. Así mismo es importante resaltar que las acciones externas con la sociedad y otros, aunque son las más visibles, no hacen que la empresa sea responsable con la sociedad si no ha cumplido la Responsabilidad Social Empresarial a lo interno. En cierto sentido no es legítimo que la empresa se quiera proyectar hacia fuera como una empresa responsable socialmente, si a lo interno no ha cumplido con las condiciones necesarias.

La Responsabilidad Social Empresarial no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más.

Las empresas que practican Responsabilidad Social Empresarial además obtienen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

La Responsabilidad Social Empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el Estado, el medio, etc. que trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa. La Responsabilidad Social Empresarial es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos.

Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales.

Según DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social) grupo de organizaciones de empresas que promueve el desarrollo conceptual y práctico de la Responsabilidad Social Empresarial en su Balance Social, dice: que para conocer el grado de compromiso de una empresa con la Responsabilidad Social Empresarial, se pueden evaluar los avances en temas de responsabilidad social en las siguientes cinco áreas:

a) Valores y Principios Éticos

Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como "enfoque de los negocios basado en los valores" y se refleja en general en la misión y visión de la empresa, así como en sus códigos de ética y de conducta.

b) Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa,

capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

c) Apoyo a la Comunidad

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

d). Protección del Medio Ambiente

Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy inclusive se encuentra normalizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

e) Marketing Responsable

Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

2.2.2 DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

De las definiciones se desprenden principalmente tres dimensiones del término "Responsabilidad Social Empresarial", las cuales son:

- La Sociedad,
- La Responsabilidad

- La Corporación o Empresa.

1. La sociedad

Constituye el entorno dentro del cual adquiere sentido la Responsabilidad Social Empresarial. La sociedad democrática actual es pluralista y tienen su base en el respeto de ciertos derechos y libertades públicas, así como en la prevención acerca de la excesiva acumulación de poder por parte de cualquier pequeño sector de la población.

2. La responsabilidad

Un aspecto esencial de esta responsabilidad y que caracteriza la Responsabilidad Social Empresarial es que tal responsabilidad ha de ir más allá de aquella exigida en virtud de la regulación aplicable en materia social y ambiental. Consecuentemente, la observación rigurosa de la legislación vigente es el punto de partida de la Responsabilidad Social Empresarial. Pero en modo alguno este concepto puede utilizarse como forma de sustituir o evitar la exigencia de regulación en materia social y ambiental.

3. Las empresas u organizaciones

Los elementos importantes que comparten las empresas sobre Responsabilidad Social Empresarial son los siguientes:

a) Compromiso de las empresas: Referido a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad.

b) Decisión Voluntaria: Varias definiciones resaltan el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de la Responsabilidad Social Empresarial y no regulada por ley.

c) Beneficios para la sociedad y públicos de interés: Este es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones son específicas en listar a las comunidades,

clientes, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.

d) Conducta Ética: La ética en estas definiciones se mueve más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocios aceptables.

e) Desempeño Ambiental: Aunque la Responsabilidad Social Empresarial es un concepto amplio que atañe varios aspectos de la operación del negocio en distintos ámbitos, el desempeño en el cuidado del medio ambiente es comúnmente resaltado.

f) Adaptabilidad: Una de las definiciones hace referencia a la importancia de adaptar la Responsabilidad Social Empresarial al contexto y realidad de las sociedades en la que operan las empresas, es decir, en diseñar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que considere las particularidades del entorno en que se desenvuelven.

La adopción de valores éticos

La Responsabilidad Social Empresarial se vincula a la creencia en valores éticos, que guían la conducta empresarial de cada compañía y la relación que ella desarrolla con su entorno.

Entre estos valores tenemos, los derechos humanos, el bien común, la solidaridad, la transparencia, la honestidad y el desarrollo, que no solo se ejecutan cumpliendo las leyes vigentes, sino que debe implicar el desarrollo de iniciativas por parte de quienes pretenden asumir esta responsabilidad, actuando de forma propositiva y proactiva.

La conciencia de una Responsabilidad Social Empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre éste.

Suele afirmarse que la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario.

En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo. En la práctica, la Responsabilidad Social es una forma de asumir la dirección estratégica de la empresa. Constituye un planteamiento integral para el manejo organizacional.

No son acciones filantrópicas, desarticuladas de la dinámica de la empresa y su entorno.

La Responsabilidad Social Empresarial busca un mayor compromiso de los trabajadores para con los objetivos y la misión de la empresa, para incrementar la productividad, busca tener una comunidad estable, con buenos niveles de salud y educación para proveerse de mano de obra capacitada y saludable, bajos índices de criminalidad y buenas relaciones con las instituciones, que garanticen el normal ejercicio de sus operaciones y mantener un medio ambiente limpio, implementando procesos de tratamiento de residuos y que permitan la reutilización de éstos. Todo esto es con la finalidad de optimizar la utilización de los insumos y la reducción de los desperdicios, todo esto con el objetivo de mejorar las utilidades de la empresa y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Entorno Externo e Interno

La Responsabilidad Social Empresarial implica una política empresarial comprometida en el tiempo.

Es una forma de acción social duradera que crea necesarias conexiones entre la Responsabilidad Social Empresarial y la organización interna y externa de la empresa, ya que se busca el mejoramiento del entorno.

a) Relaciones con la comunidad

Numerosas empresas multinacionales han desarrollado proyectos para involucrarse con la comunidad local donde ellas han realizado inversiones.

Esto se materializa en varios tipos de iniciativas y actividades, como el desarrollo de infraestructura local, ofreciendo trabajo para las comunidades locales, apoyo al desarrollo económico local, etc.

b) Preservación del Medio Ambiente

La contribución de las empresas al medio ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas. No es aceptable que las compañías actuales no tomen conciencia de los riesgos que corre la humanidad al descuidar el patrimonio de todos. Bajo el concepto de preservación del Medio Ambiente que se refiere a los distintos métodos para:

- Contribuir al control de los cambios climáticos, sea modificando los productos o procesos de producción.
- Ahorrar el uso de energía.
- Reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente de ciertos productos o procesos.
- Proteger la selva, gracias a prácticas responsables.
- Utilizar fuentes de "energía verdes" o "limpias" (Producida por el sol, el viento, o el agua)
- Implementar otros métodos que contribuyen a la conservación del medio ambiente, como el reciclaje.

c) Experiencias con el Entorno Interno

En la medida que la Responsabilidad Social Empresarial pretende mejorar las condiciones de quienes trabajan en la empresa, unas de las

problemáticas que ella debe abordar es la salud y seguridad de los trabajadores, el ambiente de trabajo, la no-discriminación, la justa remuneración, etc.

2.2.3 APLICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA

Motivadores

Actualmente son cada vez mayores las presiones para que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental.

Estas se manifiestan principalmente en las demandas de los mercados externos vía el aumento de normas y estándares técnicos, producto de consumidores más exigentes, presiones de la sociedad civil y medios de información más poderoso; así como Gobiernos con normativas internas más exigentes.

Las leyes y regulaciones que implican multas y penalidades más severas en caso de incumplimiento; el creciente escrutinio de los públicos de interés, medios de comunicación más agresivos y con mayor capacidad de difusión de información, aumentan la vulnerabilidad de las empresas a daños a su imagen y reputación por conductas irresponsables en el campo social y ambiental. Así mismo, aquellas compañías que no se preocupen por aspectos de transparencia frente a sus accionistas y respeto a los derechos humanos en sus cadenas de abastecimiento pueden verse expuestas a escándalos financieros o boicots comerciales.

La tendencia de reportar el desempeño social y ambiental por parte de las empresas se hace cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas de las empresas con sus accionistas y la sociedad en general. Esto por cuanto, un mejor desempeño social y ambiental puede traducirse en una mejora en la competitividad y en un mejor desempeño económico de las empresas y en consecuencia en un aumento de su valor.

Factores que ejercen presión sobre el sector privado en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial

No solo por motivación, se ha desarrollado la implementación de la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial, sino también ayudado en muchos casos por las presiones del medio, en el entorno tan competitivo en el que se desenvuelven las empresas. Entre estas presiones están:

- Creciente preocupación por los problemas ambientales y sociales por parte de los gobiernos y sociedad civil.
- Expectativas de la comunidad internacional.
- Regulación.
- Presiones de las fuentes de financiamiento respecto al desempeño ambiental y social.
- Iguales o mejores niveles de retorno sobre la inversión adoptando prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Creciente preferencia de los consumidores por productos y servicios elaborados por empresas socialmente responsables.
- Requisitos para la selección de proveedores por parte de las compañías multinacionales que incluyen como condición la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Creciente costo por mala conducta frente a temas de Responsabilidad Social Empresarial como pérdida de reputación, participación de mercado, fidelidad del cliente, etc.

2.2.4 BENEFICIOS DE LAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial brinda las siguientes ventajas para las Empresas:

- **Estimula la productividad de los trabajadores**

Distintos estudios han comprobado que, por ejemplo, iniciativas empresariales para cuidar a los niños de trabajadores contribuyen a estimular la

productividad de los trabajadores (en la medida que los casos de estrés y de depresión disminuyen).

Estos programas ayudan también a luchar contra el ausentismo de estos trabajadores y las interrupciones de trabajo. Otros estudios han evaluado el impacto positivo sobre la productividad de los trabajadores de las políticas empresariales que introducen o mejoran la flexibilidad de los horarios de trabajo en la empresa, la salud y el bienestar de los trabajadores, y el respeto de la diversidad en el lugar de trabajo.

- **Asegura mayor satisfacción de los clientes**

En primer lugar, debemos señalar que existen políticas empresariales (habitualmente bajo la forma de códigos de conducta) que apuntan directamente a la satisfacción del cliente, describiendo ciertos estándares de calidad para los productos, normas de conducta ética (privacidad de los datos personales, integridad del personal en segundo lugar, indirectamente, las empresas que mejoran su funcionamiento social interno aseguran en la mayoría de los casos un servicio más adaptado a lo que pide el cliente. Así, es evidente que las empresas que practican horarios flexibles, puedan mejorar el servicio a los clientes ofreciendo mayores horarios de atención al cliente.

- **Mejora la imagen y reputación de una empresa**

Cuando el público se informa por medio de la prensa que una empresa recurre al trabajo infantil, no respeta los derechos fundamentales de los trabajadores, cae en casos de financiamiento oculto de partidos políticos o tiene prácticas desleales, resulta habitualmente una fuerte depreciación de su imagen y reputación pública. Al contrario, varios estudios han destacado la preferencia de los consumidores por las empresas comprometidas en el respeto de valores medioambientales o sociales. Ahora no cabe duda que los resultados de las empresas dependen a menudo de la reputación e imagen que ellas gozan.

- **Disminución de los costos**

La flexibilidad en las condiciones de trabajo permite una reducción del espacio del trabajo y consecuentemente reducir costos de arriendo.

Las políticas para el bienestar y la salud de los empleados generan también reducción de ciertos costos. Estos costos son: las visitas a médicos, medicación, estadía en hospital, etc.

- **Cumplimiento de las leyes y reglamentos**

Las empresas que contemplan políticas sobre la diversidad y tienen sistemas de resolución de conflictos relacionados con la discriminación, según lo que indica el Instituto Business For Social Responsibility, reducen su riesgo de ser perseguidas judicialmente y pagar multas millonarias. Las empresas responsables pueden reducir otros riesgos de persecución y sanción legal en materias penales, medioambientales, laborales, monopolísticas, etc. Para la Comunidad y el Interés Público, la Responsabilidad Social Empresarial puede brindar las siguientes ventajas:

- Contribución a la democracia
- Mejoramiento de la cohesión social
- Lucha contra la pobreza y contribución al desarrollo
- Incentivo a la probidad administrativa
- Reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos
- Respeto de las condiciones de competencia
- Transferencia de tecnología
- Preservación del Medio Ambiente
- Refuerzo del respeto de los derechos fundamentales

En la medida que la Responsabilidad Social Empresarial pretende, entre otros, asegurar el respeto de derechos fundamentales como el derecho de ser

libre de la esclavitud, tortura u otros tratos inhumanos o degradantes, derecho a la dignidad, libertad de opinión y de expresión, el derecho a la privacidad, los derechos laborales (respeto del derecho de asociación, respeto del derecho de negociación colectiva, eliminación de las discriminaciones en el trabajo, abolición del trabajo infantil, eliminación del trabajo forzado, etcétera), derecho a la salud, derecho a la educación, debemos reconocer el importante papel que puede tener la empresa en contribuir al cumplimiento de los derechos fundamentales en la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial desde el punto de vista de la empresa, significa un cambio grande en la empresa, en su desarrollo, en su visión y en la estrategia que trae grandes beneficios para la misma. Desde la perspectiva de la Empresa, el convertir las decisiones en ganancias, la Responsabilidad Social Empresarial genera valores agregados que se menciona a continuación:

- **Innovación**

Genera innovación porque cambia el modelo de relaciones en la empresa, los objetivos dejan de ser maximizar los beneficios y el valor para los accionistas, para generar valor y beneficios suficientes para todas las partes.

También sustituye los objetivos individuales en conflicto por objetivos de grupo de tipo solidario. Transforma el concepto de la empresa, de un ente jurídico/abstracto a un ente social, al igual que cambia las bases conceptuales del mercado.

- **Transparencia**

La Responsabilidad Social Empresarial aplica los modelos de información empresarial que reflejan la triple dimensión económica, social y medioambiental. Se parte de que la información va dirigida a todos los grupos de interés y no solo a accionistas y analistas financieros. La información tanto la cualitativa y la cuantitativa es totalmente voluntaria.

- **Eficiencia y rentabilidad**

La Responsabilidad Social Empresarial ayuda a reducir los costos al mejorar los procesos productivos, mediante la disminución de gases

contaminantes, la reducción de desperdicio lo que conlleva reducción del consumo de energía. Por otra parte, al interesarse por los empleados reduce el ausentismo, aumenta la retención de talento con lo que reduce costos de despido y control. Incrementa las ventas al generar fidelidad del cliente, aumentando los resultados económicos y volviendo a la empresa más atractiva al ser una inversión socialmente responsable.

- **Desarrollo Sostenible**

La Responsabilidad Social Empresarial genera desarrollo sostenible porque va de acuerdo al modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, en general, y de los procesos productivos en particular, para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas.

- **Confianza y Seguridad**

Por sí misma, la preocupación por satisfacer las necesidades de los distintos grupos de interés reporta confianza de todos ellos.

- **Reputación y Legitimidad**

La reputación Empresarial es el reconocimiento público alcanzado, en cierta medida, de legitimidad social. Es algo muy valorado entre las compañías modernas.

- **Comportamiento Socialmente Responsable**

A continuación se darán ejemplos del comportamiento socialmente responsable de los clientes o la responsabilidad social que se debe tener en cada ámbito, ya que la Responsabilidad Social Empresarial no es solo algo teórico, sino que se debe llevar a la práctica.

Clientes, Proveedores y Competidores

- Productos y servicios de calidad, seguros, fiables y a precios razonables.

- Realización de encuestas de satisfacción a los clientes.
- Selección justa y responsable de proveedores (sin comisiones ilegales).
- Relaciones de "ganar-ganar" con los proveedores, evitando condiciones de pago que pongan en peligro la solvencia financiera de éstos.
- Colaboraciones y alianzas con competidores, para reducir costes, rebajar precios y ofrecer nuevos productos y servicios imposibles de producir en solitario.

Empleados

- Aprendizaje continuo a todos los niveles
- Delegación y trabajo en equipo, buscando la motivación y autorrealización
- Transparencia y comunicación interna entre todos los niveles de la organización
- Balance adecuado entre trabajo, familia y ocio
- Diversidad de la fuerza laboral (etnias, edad, sexo, discapacidad)
- Salarios justos, con políticas de retribuciones coherentes y transparentes
- Igualdad de oportunidades y procesos de contratación responsables
- Participación en beneficios y en el capital por parte de los trabajadores, que fomente el compromiso con la gestión y la marcha de la empresa
- Empleabilidad y perdurabilidad en el puesto de trabajo, buscando el desarrollo del puesto y de la persona
- Seguridad e higiene en los puestos de trabajo.
- Responsabilidad en los procesos de reestructuración por los posibles daños colaterales a los distintos grupos de personas empleadas.

Accionistas

- Retribución suficiente del capital a través del valor de las acciones y los dividendos.
- Transparencia informativa sobre gestión y resultados, sin artificios contables que oculten la verdadera situación de la empresa.

- Inversiones éticas, evitando inversiones poco transparentes y de dudosa solvencia que pongan en peligro la reputación y el futuro de la empresa

Comunidad y el Medio Ambiente

- Desarrollo de la Comunidad a través de la generación de empleos, salarios, ingresos de impuestos, atracción del talento y riqueza.
- Preservación del medio ambiente, reduciendo el consumo de recursos naturales (evitando el despilfarro energético) la polución y vertidos.
- Colaboración con proyectos comunitarios (acción social) a través de la formación gratuita, patrocinios, etc.

Sociedad en General

Participando activamente en la divulgación de la Responsabilidad Social Empresarial, a través de las redes empresariales nacionales e internacionales.

- Colaboración directa con organizaciones internacionales de amplio espectro como Naciones Unidas, Global Reporting Initiative (GRI).

2.2.5 MARCO CONCEPTUAL

La Responsabilidad Social Empresarial con el tiempo ha hecho que la comunidad empresarial tome conciencia de que este concepto es de gran importancia pero no es exclusivo de ellas. De hecho, todas las organizaciones (empresas privadas y del Estado, ONG (ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL), fundaciones, iglesias, asociaciones civiles, servicios públicos, etc.) tienen una “operación” (producen algo), emplean personas en relación de dependencia, están insertas en una comunidad, impactan sobre el medioambiente y difunden sus actividades. Entonces, lo lógico es que ellas también se planteen el tema de su Responsabilidad Social. De ahí mi

preferencia por el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que pretende abarcar a todo tipo de organizaciones.

Es hora entonces de que las instituciones educativas comiencen a introducirse en este tema, a conocerlo y a reflexionar acerca de lo que implica ser una “institución educativa socialmente responsable”.

Los Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” necesitan aprender los conceptos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial, enfocándose en la importancia y relevancia del significado del mismo.

Es de vital importancia el fomento del desarrollo de nuevas destrezas sociales, la mejor convivencia y la cooperación en el ambiente estudiantil, entre otros objetivos, porque muchas instituciones educativas y empresas del país no cuentan con planes estratégicos de Responsabilidad Social Empresarial a favor de la sociedad. A continuación algunos conceptos relevantes en la Responsabilidad Social Empresarial:

ACCIÓN CORRECTORA

Ejecución de una acción o actividad para eliminar las causas de una no conformidad, de un defecto o cualquier otra situación indeseable existente para impedir su repetición.

DESARROLLO SOSTENIBLE

Formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.

EFICIENCIA

Alcanzar unos objetivos al menor costo posible.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Conjunto de criterios y reglas de decisión que tratan de hacer corresponder los recursos de la organización en su entorno y, en particular, con las expectativas de sus grupos de interés.

ÉTICA DE LA EMPRESA

Aplicación de los principios generales de la ética a un campo específico de acción humana: la empresa.

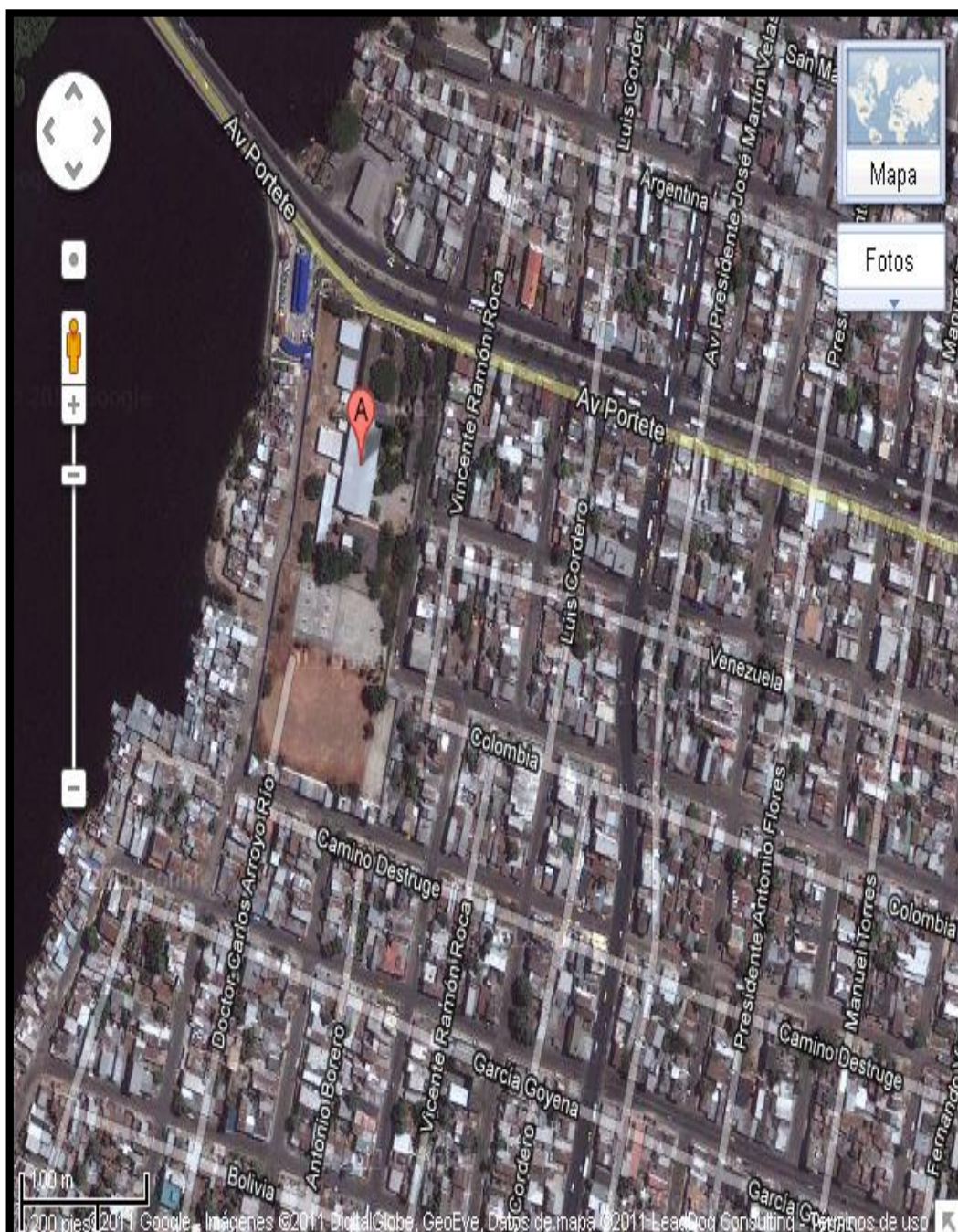
2.2.6 MARCO DEMOGRÁFICO

Este proyecto está dirigido principalmente a los estudiantes existente del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” enfocándolo en la concientización social de los jóvenes educandos de esta institución educativa, que cuenta con unos 3500 estudiantes, el cual se encuentra dividida por secciones, sección diurna, vespertina y nocturna.

Entre otros, y de forma secundaria pero no menos importante a toda la comunidad del área Cuarenta y Portete.

2.2.7 MARCO GEOGRÁFICO

Esta investigación tiene como eje de aplicación la Zona Educativa del Área Sur Oeste de Guayaquil, en las calles Cuarenta y Portete, Longitud 2.197746 y Latitud -79.935346, en el Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.



2.2.8 MARCO INSTITUCIONAL

El Colegio Nacional Mixto Patria Ecuatoriana, es una institución educativa que cuenta con 25 años de trayectoria, aplicando las correctas normas del aprendizaje a nivel secundario. La institución abre sus puertas a los estudiantes de escasos recursos que habitan en sus alrededores y de diferentes sectores del Suburbio Oeste de la ciudad de Guayaquil.

Esta institución esta fraccionada en tres secciones: la sección diurna, la sección vespertina y la sección nocturna; en la sección matutina funcionan los tres años de Educación Básica Superior; en la sección vespertina funciona el Bachillerato abarcando las especialidades de Químico Biólogo, Físico Matemático, Sociales y Comercio y administración; en la sección Nocturna funcionan los tres años de Educación Básica Superior y el Bachillerato con todas las especialidades ya mencionadas.

MISIÓN

El Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” es una institución de educación secundaria de carácter fiscal, vinculada a la sociedad del conocimiento en los campos de la ciencia, la técnica, las artes y las humanidades.

ES UNA COMUNIDAD EDUCATIVA

Que interactúa buscando el bien común, en un ambiente de participación y diálogo, caracterizado por sobresalir en la aplicación de metodologías de enseñanza, la tolerancia y el respeto a la igualdad.

COMO INSTITUCIÓN DEL SABER

De reconocida calidad académica, es un polo de desarrollo que se inclina por la creación, transformación, transmisión y aplicación del conocimiento en todas sus formas y expresiones, a través de la docencia, la investigación y la extensión.

COMO INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Guiados por los principios éticos y morales la Institución, asume la formación integral y permanente de sus estudiantes en sus dimensiones científica, tecnológica y humanística, haciendo de ellos bachilleres de elevado

nivel académico, líderes en la dinámica social, con ética, sentido crítico y capacidad investigativa.

Desarrolla procesos investigativos en todos los campos del saber para contribuir al mejoramiento de la sociedad, teniendo como prioridad el desarrollo regional.

VISIÓN

Institución de educación secundaria de alta calidad académica que por su competitividad integral en la docencia, investigación y extensión - de gran impacto social - está inmersa en la comunidad científica internacional.

2.2.9 MARCO LEGAL

CAPÍTULO 2

FINES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 3.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

TÍTULO VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero

Inclusión y equidad

Art. 340.-El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas,

programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social.

El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias.

Art. 342.- El Estado asignará, de manera prioritaria y equitativa, los recursos suficientes, oportunos y permanentes para el funcionamiento y gestión del sistema.

Sección primera

Educación

Art. 343.- El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación Integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 344.- El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; asimismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema.

Art. 345.- La educación como servicio público se prestará a través de instituciones públicas, fiscomisionales y particulares.

En los establecimientos educativos se proporcionarán sin costo servicios de carácter social y de apoyo psicológico, en el marco del sistema de inclusión y equidad social.

Art. 346.- Existirá una institución pública, con autonomía, de evaluación integral interna y externa, que promueva la calidad de la educación.

Art. 347.- Será responsabilidad del Estado:

Fortalecer la educación pública y la coeducación; asegurar el mejoramiento permanente de la calidad, la ampliación de la cobertura, la infraestructura física y el equipamiento necesario de las instituciones educativas públicas.

Garantizar que los centros educativos sean espacios democráticos de ejercicio de derechos y convivencia pacífica. Los centros educativos serán espacios de detección temprana de requerimientos especiales.

Garantizar modalidades formales y no formales de educación.

Asegurar que todas las entidades educativas impartan una educación en ciudadanía, sexualidad y ambiente, desde el enfoque de derechos.

Garantizar el respeto del desarrollo psico-evolutivo de los niños, niñas y adolescentes, en todo el proceso educativo

Erradicar todas las formas de violencia en el sistema educativo y velar por la integridad física, psicológica y sexual de las estudiantes y los estudiantes.

Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post-alfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rezago educativo.

Incorporar las tecnologías de la Información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

Garantizar el sistema de educación intercultural bilingüe, en el cual se utilizará como lengua principal de educación la de la nacionalidad respectiva y el castellano como idioma de relación intercultural, bajo la rectoría de las

políticas públicas del Estado y con total respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Asegurar que se Incluya en los currículos de estudio, de manera progresiva, la enseñanza de al menos una lengua ancestral.

Garantizar la participación activa de estudiantes, familias y docentes en los procesos educativos.

Garantizar, bajo los principios de equidad social, territorial y regional que todas las personas tengan acceso a la educación pública.

Existe una normativa para las empresas y es la siguiente:

NORMA ISO 26000

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en Responsabilidad Social Empresarial. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición.

La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004.

PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, SEGÚN LA ISO 26000

No.	PRINCIPIO	EXTRACTO
1	Rendición de cuentas (accountability)	Se refiere al estado, a la capacidad y versatilidad que tiene la organización para responder a los otros, respecto a los impactos que pueda ocasionar en la sociedad y en el medio ambiente.
2	Transparencia	Una organización debería entregar información oportuna, de una manera clara, equilibrada y veraz sobre todos los aspectos que atañen a su operación; esa información debería ser fácilmente obtenible y, en lo posible, ser pública.
3	Comportamiento ético	El comportamiento de una organización debería estar basado en principios o reglas concernientes a la integridad, honestidad, equidad; es decir, su acción debería estar fundamentada en valores trascendentes. Y no sólo practicarlos sino fomentarlos y promoverlos en todos sus relacionados.
4	Partes interesadas (stakeholders)	Aunque los objetivos de la organización pueden estar limitados a los intereses de sus respectivos dueños, miembros o constituyentes, otros individuos o grupos, también pueden tener derechos, exigencias o intereses específicos, que deberían ser tomados en cuenta. Si una organización logra sintonizar con ellos, puede garantizar su progreso y sobre vivencia.
5	Estado de derecho	El "estado de derecho" se refiere a la supremacía de la legislación y, en particular, a la idea de que ningún individuo está sobre la ley y que los gobiernos también están sujetos a la ley. El estado de derecho es totalmente contrario al ejercicio arbitrario del poder.
6	Normas internacionales	Las normas internacionales son principios, expectativas o estándares de comportamiento que son reconocidos universalmente, que están basadas o son derivadas de leyes internacionales consuetudinarias, principios de derecho internacional generalmente aceptados o de fuentes de derecho público internacional, como son los tratados.
7	Derechos humanos	Este principio tiene que ver con el respeto irrestricto que la organización debería tener a los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos.

2.3 HIPÓTESIS

Los estudiantes bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto Patria Ecuatoriana muestran disposición responsable en las actividades sociales empresariales, los demás y su entorno

Por tanto es viable aseverar que mediante una integración de los estudiantes por la realización de talleres y actividades que les permitan hacer conciencia del rol que cada individuo toma parte consigo mismo y con las demás personas que les rodean e incluso con el medio ambiente, permitirá un cambio de actitud en los educandos y en la sociedad.

2.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

VARIABLE INDEPENDIENTE

- Responsabilidad Social Empresarial

VARIABLE DEPENDIENTE

- Integración, opinión de la sociedad y desarrollo integral estudiantil.

2.5 INDICADORES

- Nivel de desarrollo socio económico del entorno social de los estudiantes Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” del medio ambiente o entorno relacionado.
- Actitud de la sociedad afectada frente a las acciones empresariales referentes a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Necesidades que pueden ser cubiertas por las empresas del entorno.

- Desarrollo cultural de la sociedad y de los estudiantes Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” con pensamiento ético y realista.
- Posibilidades de crecimiento en otras áreas o en la actual, que estén involucradas con las acciones educativas que se puedan relacionar en el ámbito de responsabilidad social.

CAPÍTULO III

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

La presente investigación educativa según la finalidad, se centra básicamente en un estudio aplicado, teniendo como propósito primordial la resolución de problemas inmediatos en el orden de transformar las condiciones del acto didáctico y mejorar la calidad educativa de los Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”. Según su alcance temporal, es una investigación transversal, ya que estudia un aspecto de desarrollo de los sujetos en un momento dado y de acuerdo con su profundidad es exploratoria, debido a que posee carácter provisional, por cuanto se realiza para obtener un primer conocimiento de la situación.

Nivel de estudio

Considerando la naturaleza de las variables en estudio, se establece que la investigación es de carácter descriptiva y explicativa, dado que, tiene como objetivo establecer concientización en los estudiantes sobre lo cuán importante es la Responsabilidad Social Empresarial, de manera que se limitan a identificar sus características o propiedades en un determinado momento, sin que el investigador tenga acceso a controlar o manipular a conveniencia las variables en estudio.

En tal sentido, es importante plantear que la información obtenida al facilitar las encuestas, referente al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, tanto Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes, sirvieron para ser valoradas y evaluadas, deduciéndose con base a ellas, las conclusiones y recomendaciones en torno a la problemática en estudio.

Diseño de Estudio

Se aplicará a esta investigación el Diseño Cualitativo.

Diseño Cualitativo

Este diseño de investigación parte del discurso y las prácticas sociales que la sociedad integra y pone como ejemplo a los estudiantes que tratan de comprender los fenómenos sociales y humanísticos de tipo cultural de la población estudiada. Para este método los significados y las interpretaciones tiene mayor valor social que los datos numéricos, la Responsabilidad Social Empresarial es una realidad tan compleja que la sociedad trata de aplicar día a día y más aun a los estudiantes de instituciones. El diseño cualitativo es un modo de encarar el mundo real en el ámbito social.

Observando las actitudes sociales y analizando la vida cotidiana de las personas y sobre todo analizando el diseño cualitativo en la investigación se puede obtener un conocimiento directo de la vida social y las prácticas reales de todas las empresas, que no tienen implementados en sus planes socio económicos la Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito cultural de la sociedad. Al ser un método principal de investigación, tiene como objetivo tratar de comprender el fenómeno social en su totalidad a través de la medición de algunos elementos socioeconómicos y personales.

Implica el empleo de técnicas y procedimientos de la Responsabilidad Social Empresarial que dan un carácter particular a la inducción de conceptos básicos a los estudiantes de secundaria. Son las técnicas y procedimientos que los maestros trataran de aplicar a sus estudiantes en contextos culturales diversos, es decir, este método busca menos la generalización y más la práctica

La investigación y su relación con la población estudiada es más vinculada, no se reconoce a la población como “objetos de estudio” sino como sujetos activos del proceso investigativo.

Esta investigación cualitativa se aplica a la Responsabilidad Social Empresarial como el principio de la investigación y la parte más importante y central de los conocimientos básicos para los estudiantes.

La investigación usa una técnica más sensible para los efectos que causa la sociedad para con las empresas y el cambio drástico que causaría este enfoque a los Bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

Con este diseño se va a resaltar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial para los estudiantes.

Con los resultados obtenidos en esta investigación se actuará en beneficio de los conocimientos y conciencia social de los educandos.

Por ser la investigación de tipo social y estadístico, se ha optado por elegir el diseño de investigación cualitativo, porque es el que más se ajusta al tema de la Responsabilidad Social Empresarial siendo de herramienta de inducción cultural a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, enfocándose en los puntos más relevantes de la investigación obteniendo datos reales y concretos.

3.1 UNIVERSO MUESTRAL

Población

La población escogida presente investigación es Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”. Este es uno de los más importantes colegios de la zona sur oeste de la Ciudad de Guayaquil, al ser una población pequeña se denomina población finita.

Se tomó como criterio la accesibilidad y que cumplieran con los criterios de inclusión para la investigación, los cuales son: Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes de 3er año de Bachillerato especialidad Contabilidad, ambos sexos del Plantel Educativo. La población está constituida por 272 personas.

Grupo	Población
Autoridades del Plantel	2
Docentes	10
Padres de Familia	130
Estudiantes	130
Total	272

Muestra

Las muestras obtenidas de la población representan la parte básica e indispensable de la investigación porque sus resultados se aplicarán en beneficio de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

LA MUESTRA

Extracto	Muestra
Estudiantes	98
Padres de Familia	98
Total	196

Fórmula

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1}$$

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\text{Población-Universo}}{(\text{Coeficiente de error (0.05\%)})^2 (\text{Población-1}) + 1}$$

Detalles de Muestra

n: Tamaño de la Muestra

E: Coeficiente de error (0.05%)

N: Población-Universo

Estudiantes

$$n = \frac{130}{(0.05)^2 (130-1) + 1} = 98.49 \longrightarrow \boxed{98}$$

Padres de Familia

$$n = \frac{130}{(0.05)^2 (130-1) + 1} = 98.49 \longrightarrow \boxed{98}$$

3.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Método de Investigación

En la realización de la investigación con intenciones de obtener resultados confiables, fidedignos y obtenidos directamente de la realidad que prevalece en relación con la Responsabilidad Social Empresarial en el desarrollo del pensamiento preocupado e interesado de los estudiantes del 3^{er} año de Bachillerato del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, se

aplicaron los métodos de observación científica, inductivo, deductivo y analógico fundamentado en sus componentes como son:

La selección de un problema de estudio, en este caso del área de educación, del cual se formularon sus respectivas hipótesis para orientar la investigación:

- Realizar un diagnóstico a los estudiantes permite conocer la situación actual del Colegio con respecto a Responsabilidad Social Empresarial.
- La Responsabilidad Social Empresarial influye positivamente en los resultados del aprendizaje de los estudiantes a largo plazo.
- La ética influye positivamente en los resultados de comportamiento referente a los efectos que causa la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en los estudiantes.
- Diseñar un modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial servirá como herramienta para mejorar la competitividad y pensamiento ético de los estudiantes.

Destacando su correspondiente sistema de variables:

- La formación de pensamiento ético de los estudiantes
- La importancia que se da a la Responsabilidad Social Empresarial por parte de los educandos.

Con la información obtenida se procedió a realizar la prueba estadística de las hipótesis formuladas, a fin de plantear las conclusiones con sus respectivas recomendaciones en torno a la problemática en estudio.

También se destaca la necesidad de haber utilizado los procesos analíticos, sintéticos como base fundamental para estudiar el problema en

relación a sus áreas específicas de estudio, pudiendo explicar la sustentación de sus principios teóricos y prácticos de manera independiente para que al final, se pudiera reunir la información con el objeto de lograr la comprensión de la temática planteada en toda su dimensión.

Técnicas de Investigación

En cuanto a las técnicas empleadas, se utilizó las técnicas y estrategias del enfoque Hermenéutico, es decir: la entrevista, historia de vida, textos escritos y orales, etc. y desde el enfoque del análisis de contenido, está la encuesta, cuestionarios y análisis de textos escritos, estas técnicas ayudan a encontrar fácilmente los resultados esperados de la investigación, resaltando la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en el medio que se desenvuelven actualmente los estudiantes.

Las técnicas de este enfoque Hermenéutico ayudaron a investigar fácilmente las incógnitas relacionadas con la educación y la Responsabilidad Social Empresarial, para aplicar las enseñanzas propias de lo social y cultural en los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

En la decisión de buscar los intereses propios del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, con lo relacionado a las Empresas que día tras día tratan de crear nuevos servicios a los clientes, es necesario analizar el objeto de la investigación que es de enseñar a los estudiantes del tercer año de bachillerato de Comercio y Administración, el verdadero fin de la Responsabilidad Social Empresarial para poder enfocarlo en la sociedad, es por ello que la investigación debe entenderse como una búsqueda intencional realizada de manera metodológica con la finalidad de extraer resultados que nos lleven a la objetividad de la Responsabilidad Social Empresarial.

La educación es parte primordial para la esencia del trabajo profesional que los estudiantes deberán escoger para su futuro, también se utilizó las técnicas del análisis de contenido.

El análisis de contenido es una técnica y siendo la parte del principio del aprendizaje y la enseñanza que los maestros deben poner en práctica como un método de cultivación de conocimientos y de conciencia para los estudiantes, se constituye en la técnica más importante porque ayudará a esclarecer los resultados de la encuesta realizada a la población escogida. La encuesta permitió reunir de manera sistemática la información que proporcionaron Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes del Plantel.

Instrumentos de Investigación

Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios, preguntas que se formularon apropiadamente para la ejecución de las encuestas, las cuales se distribuyeron a las Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes del Plantel; hay 4 modelos de encuestas que se entregaron a cada grupo de la población los cuales constan de 5 y 6 ítems cada uno, con dos diferentes opciones de respuestas como Sí – No y de subrayar respuestas, a fin de contribuir a mejorar la formulación de conclusiones y recomendaciones.

Se utilizó el instrumento de observación, este instrumento ayudó a "palpar la realidad" el ambiente y las situaciones, para lo cual la observación permitió saber escuchar y utilizar todos los sentidos, poner atención a los detalles, poseer habilidades para descifrar y comprender conductas no verbales, para establecer vínculos de análisis reflexivos para una apropiada investigación. Las anotaciones y bitácoras de campo que se realizó ayudaron a evitar que se pueda olvidar los aspectos y detalles que se observó durante la investigación.

Con esto se obtendrá los resultados reales y concretos, ya que la encuesta es una de los instrumentos más utilizados para las investigaciones de todo tipo y sobre todo de tipo social y cultural, con esto se encontrará los resultados y para poder analizarlos y evaluar los conocimientos de los estudiantes sobre la Responsabilidad Social Empresarial y el impacto que tiene en ellos el ayudar y preocuparse por los demás.

3.3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados en la presente investigación han sido elaborados de acuerdo a la necesidad del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, referente a la Responsabilidad Social Empresarial que es el objetivo al que se desea llegar teniendo en cuenta que las variables relacionadas que afecta el problema están directamente referenciadas más que todo a un efecto de actitud de inconsciencia que de por sí son los generadores del problema por esta razón obviamente la herramienta más importante que me permitieron conocer el estado actual de la situación que envuelven el problema en conflicto, fueron opiniones, formas de pensar no solamente de los Directivos y Docentes de la institución educativa si no también especialmente afecta la comunidad incluyéndose en esta Padres de Familia y los Estudiantes. Los instrumentos aplicados como el cuestionario y la encuesta de la investigación están relacionados estrechamente con la Responsabilidad Social Empresarial y precisamente es por eso que se aplicará los resultados obtenidos en la elaboración de la investigación del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”. De tal forma que las herramientas de investigación que ya han sido validadas correctamente para su uso entrarían en la fase de ejecución que es la prueba en sí de las mismas. Esto incluye las actividades que en primer lugar la realización de las encuestas, la recopilación de datos y en segundo lugar dejarlas listas para el procesamiento de datos.

3.4 PROCESAMIENTO DE DATOS

Los resultados obtenidos se presentan en forma ordenada; los datos están organizados por grupos de personas que fueron parte de la muestra de investigación, mismas que habían sido previamente seleccionadas puesto que eran las más representativas y que permitieron obtener los resultados más cercanos a la realidad.

En este orden se presentan los resultados en hojas posteriores, se observan los resultados que, una vez procesados, han sido consolidados en

cuadros, gráficos y con comentarios generales en cada uno de los grupos investigados. La información obtenida se la procesa de la siguiente forma:

1. Depuración de los datos en base a la validación de las encuestas.
2. Ordenamiento de la información.
3. Elaboración de los cuadros y gráficos estadísticos.
4. Análisis y comentarios.

3.4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

ENCUESTA REALIZADA A LAS AUTORIDADES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO “PATRIA ECUATORIANA”

1. ¿CONSIDERA IMPORTANTE APLICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INSTITUCIÓN?

SI	NO
2	0
100%	0

Tabla N° 1

Investigación Directa

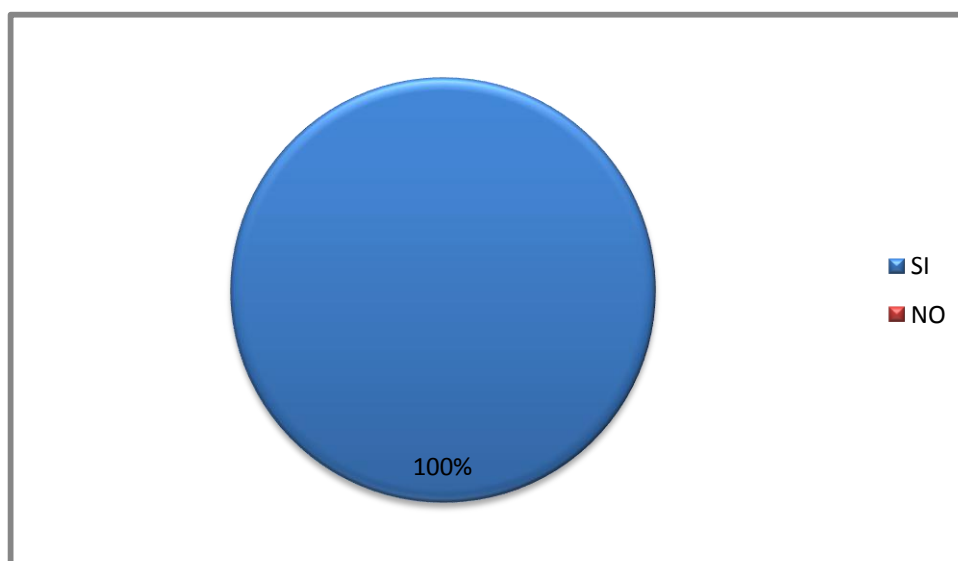


Figura N° 1

Investigación Directa

Análisis:

Se observa claramente que los encuestados están de acuerdo en la gran importancia que tiene aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en la Institución Educativa.

2. ¿USTED ESTÁ DE ACUERDO QUE EL CONOCIMIENTO QUE ADQUIERAN LOS ESTUDIANTES SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL LES DA MEJORES OPORTUNIDADES EN EL CAMPO LABORAL?

SI	NO
1	1
50%	50%

Tabla N° 2

Investigación Directa

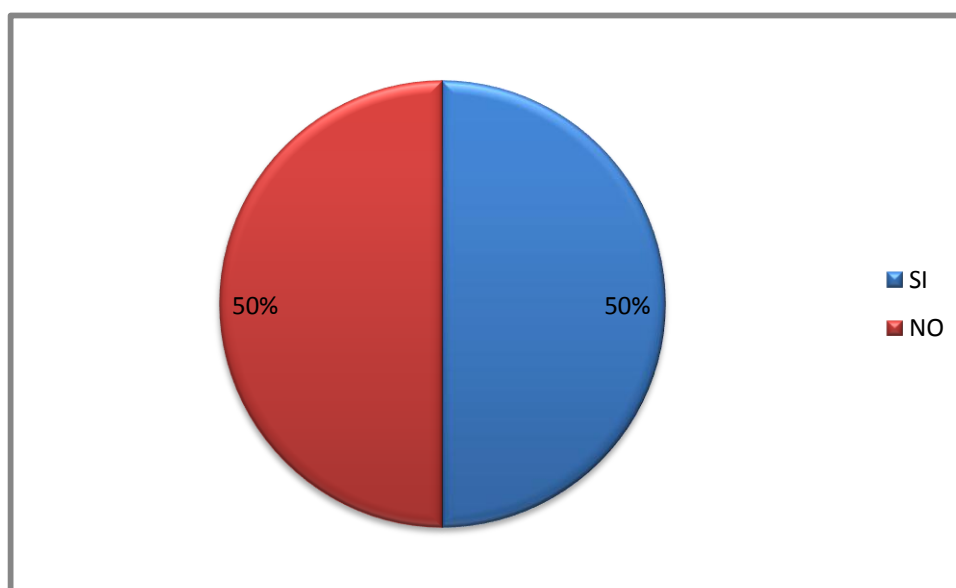


Figura N° 2

Investigación Directa

Análisis:

El 50% de los encuestados afirma que el conocimiento que adquieren los estudiantes sobre la Responsabilidad Social Empresarial le ayudará en un futuro en oportunidades de trabajo pero la otra parte del 50% se encuentra negativa ante esta pregunta.

3. ¿CONSIDERA QUE LOS JÓVENES BACHILLERES DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN, ASUMEN ACTUALMENTE COMPROMISOS EN EL CAMPO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
0	2
0%	100%

Tabla N° 3

Investigación Directa

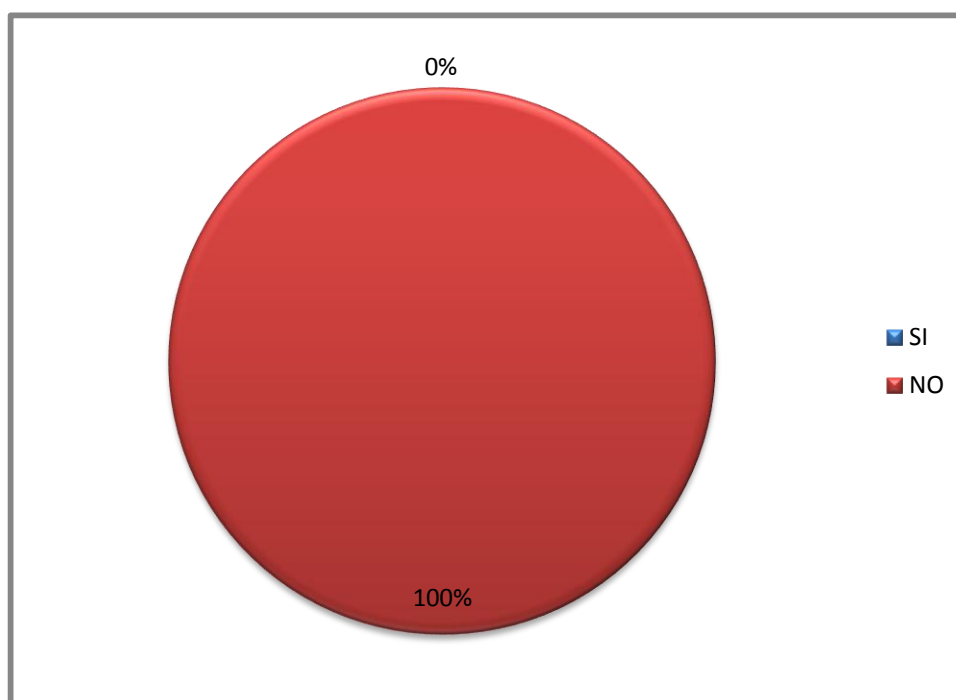


Figura N° 3

Investigación Directa

Análisis:

El 100% de los encuestados afirma que los estudiantes de Comercio y Administración no asumen sus compromisos con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

**4. ¿CONSIDERA NECESARIO AMPLIAR LOS CONOCIMIENTOS
SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?**

SI	NO
2	
100%	0%

Tabla N° 4

Investigación Directa

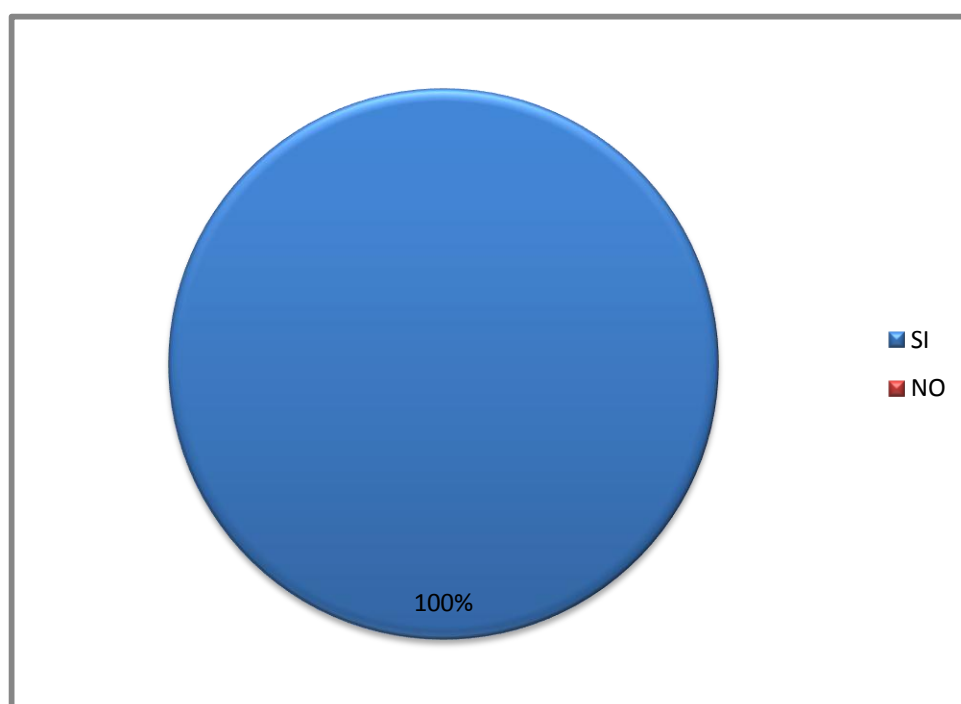


Figura N° 4

Investigación Directa

Análisis:

El 100% de los encuestados respondieron que es necesario ampliar los conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial.

5. ¿USTED ESTÁ DE ACUERDO EN QUE SE DISEÑE UNA GUÍA PARA QUE LOS ESTUDIANTES PUEDAN EJECUTAR CON ÉXITO LAS PARTICULARIDADES PROPIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
2	
100%	0%

Tabla N° 5

Investigación Directa

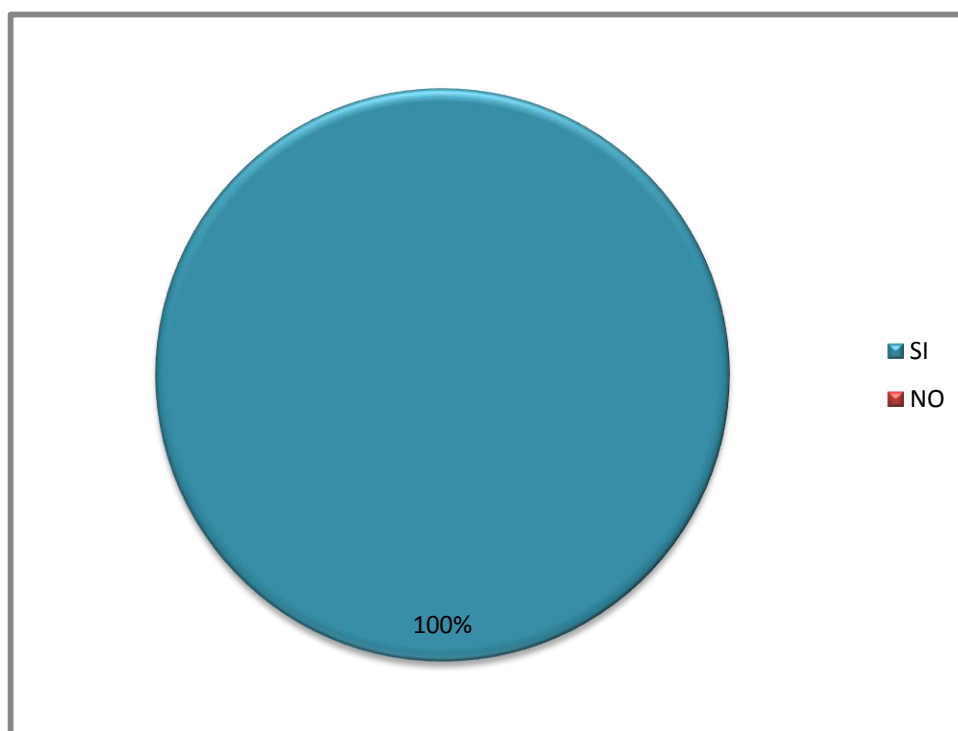


Figura N° 5

Investigación Directa

Análisis:

El 100% de los encuestados está de acuerdo en que se diseñe una guía para ejecutar las particularidades de la Responsabilidad Social Empresarial.

**ENCUESTA REALIZADA A LOS DOCENTES DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO
“PATRIA ECUATORIANA”**

**1. ¿CONOCE USTED SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL?**

SI	NO
8	2
80%	20%

Tabla N° 6

Investigación Directa

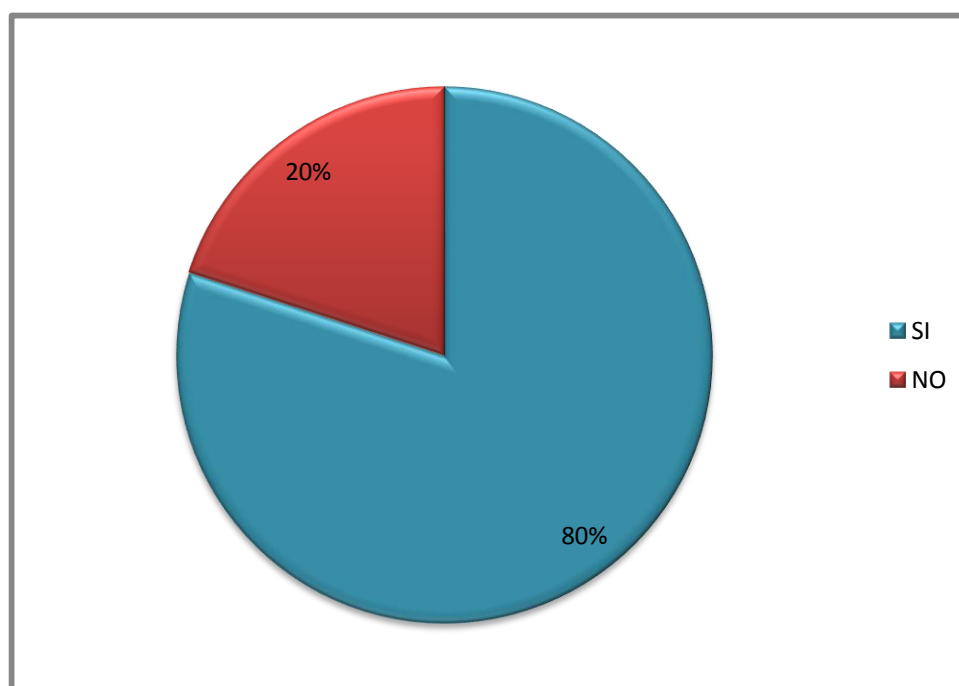


Figura N° 6

Investigación Directa

Análisis:

El 80% de los encuestados afirma conocer sobre la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 20% no tiene conocimiento sobre el tema.

2. ¿HA DESARROLLADO PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON SUS ALUMNOS?

SI	NO
6	4
60%	40%

Tabla N° 7

Investigación Directa

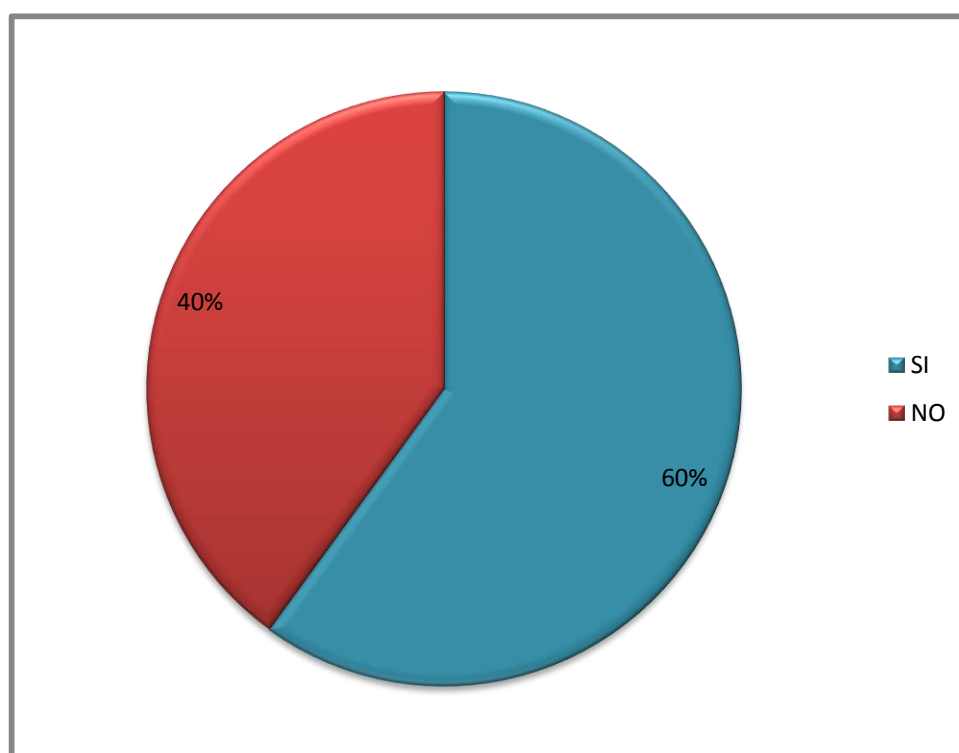


Figura N° 7

Investigación Directa

Análisis:

El 60% de los encuestados ha realizado proyectos de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 40% no ha elaborado trabajos relacionados con el tema.

3. ¿CONSIDERA QUE INCLUIR EN EL PENSUM DE LOS ESTUDIANTES CONOCIMIENTOS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL LES APORTA UN PANORAMA MÁS SERIO AL MOMENTO DE ENFRENTARSE AL MUNDO LABORAL?

SI	NO
7	3
70%	30%

Tabla N° 8

Investigación Directa

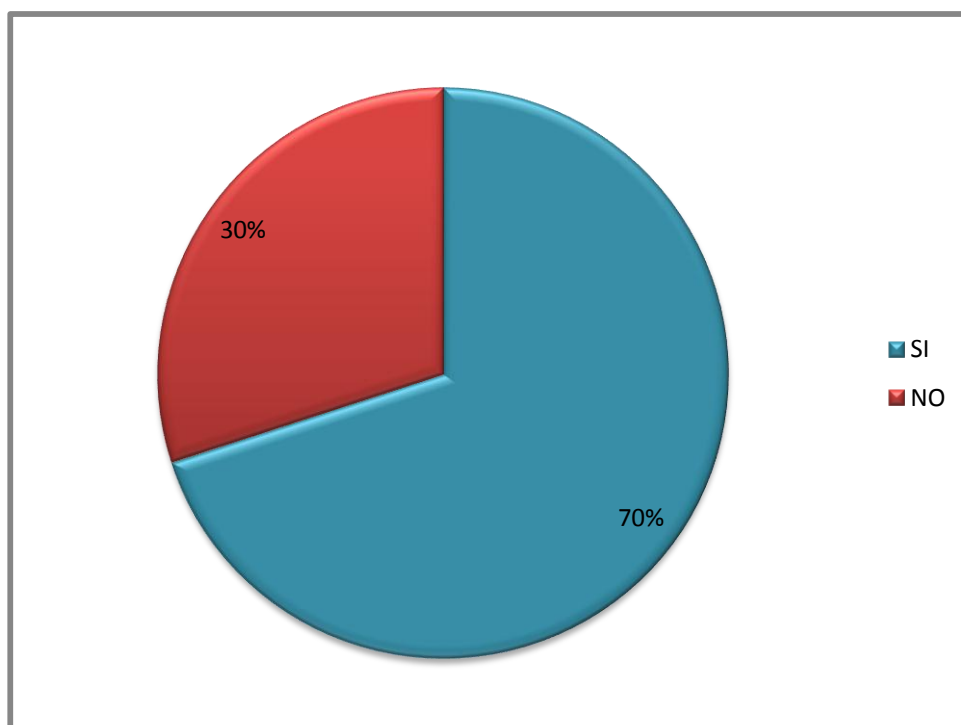


Figura N° 8

Investigación Directa

Análisis:

El 70% de los encuestados afirma que el tener conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial ayudaría al momento de enfrentarse al mundo laboral, mientras que un 30% afirma lo contrario.

4. ¿CÓMO CONSIDERA ADECUADO INTRODUCIR ESTOS CONCEPTOS?

Opciones	Respuesta
Talleres	1
Materia	3
Proyectos Reales	6
Total	10

Tabla N° 9

Investigación Directa

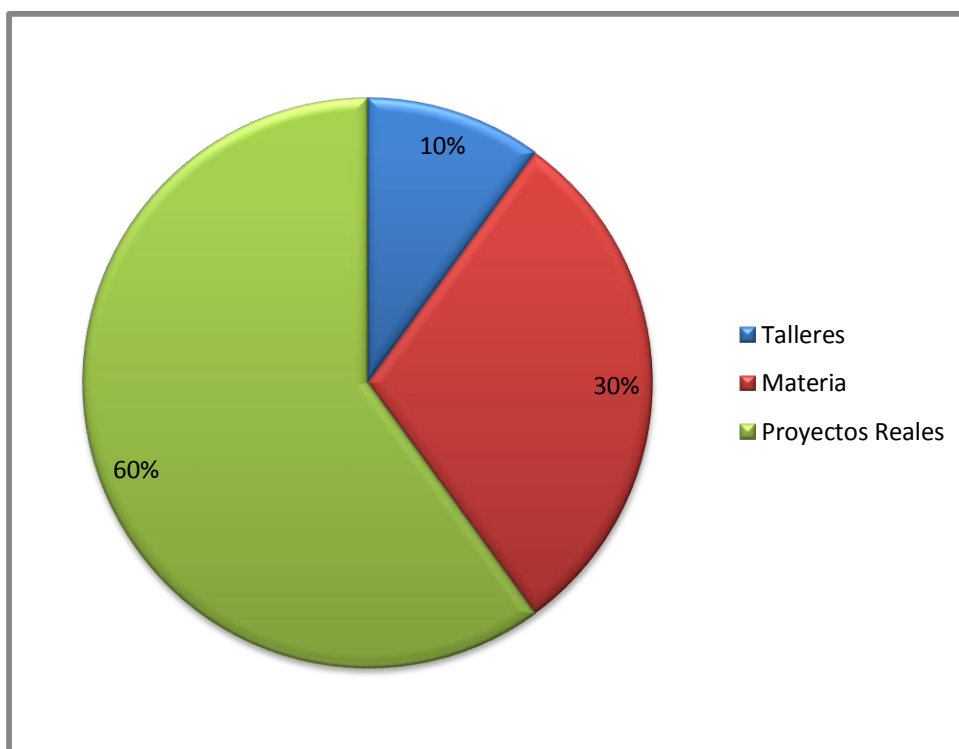


Figura N° 9

Investigación Directa

Análisis:

El 60% de los encuestados afirma que mediante proyectos reales sería el mejor método para introducir los conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial a los estudiantes, el 30% afirma que la materia es una buena opción mientras que un 10% dice que los talleres ayudarían a los estudiantes a entender mejor el tema.

5. ¿ESTARÍA DISPUESTO A PARTICIPAR EN PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON SUS ESTUDIANTES?

SI	NO
10	
100%	0%

Tabla N° 10

Investigación Directa

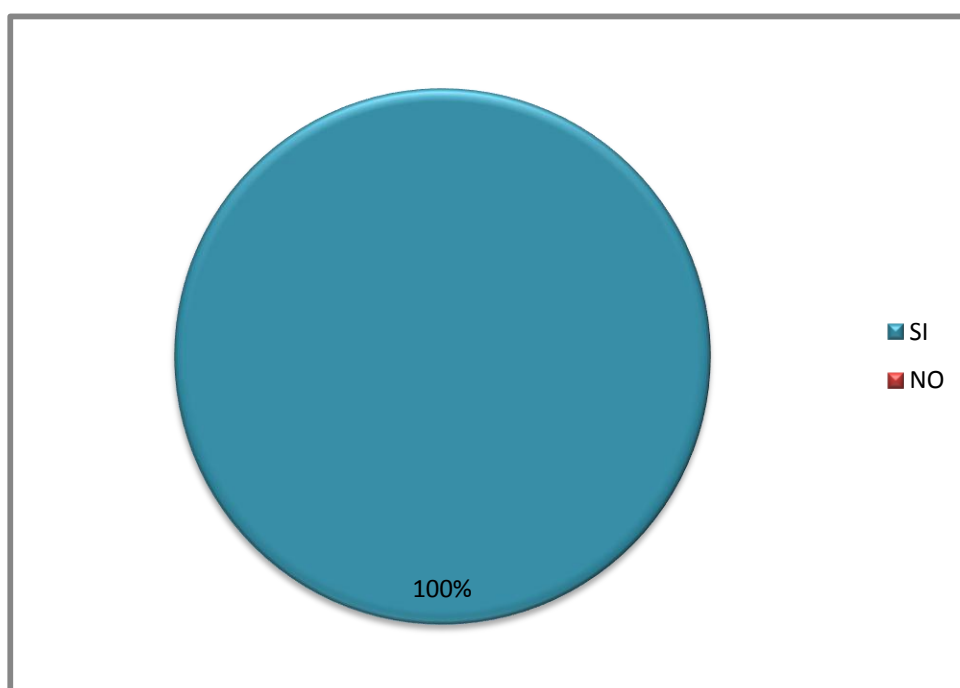


Figura N° 10

Investigación Directa

Análisis:

El 100% de los encuestados afirma estar de acuerdo en participar en proyectos de Responsabilidad Social Empresarial con sus estudiantes.

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL
COLEGIO NACIONAL MIXTO
“PATRIA ECUATORIANA”**

**1. ¿HA ESCUCHADO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL?**

SI	NO
40	58
41%	59%

Tabla N° 11

Investigación Directa

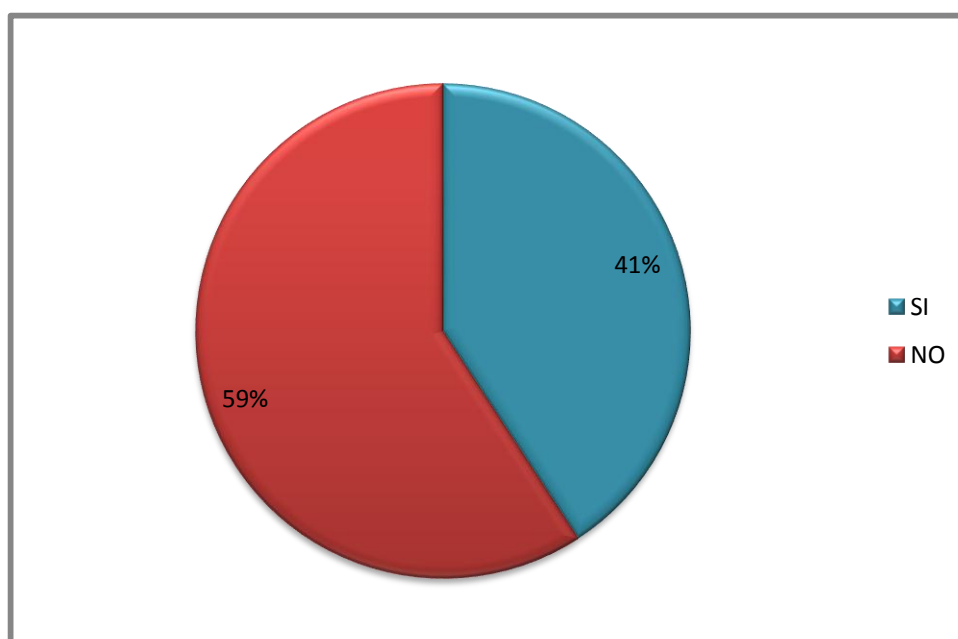


Figura N° 11

Investigación Directa

Análisis:

El 59% de los encuestados afirma haber escuchado sobre la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 41% no tiene ningún concepto formado sobre el tema.

2. ¿CREE USTED QUE ES NECESARIO TRASMITIR ESTOS CONCEPTOS A LOS ESTUDIANTES?

SI	NO
80	18
82%	18%

Tabla N° 12

Investigación Directa

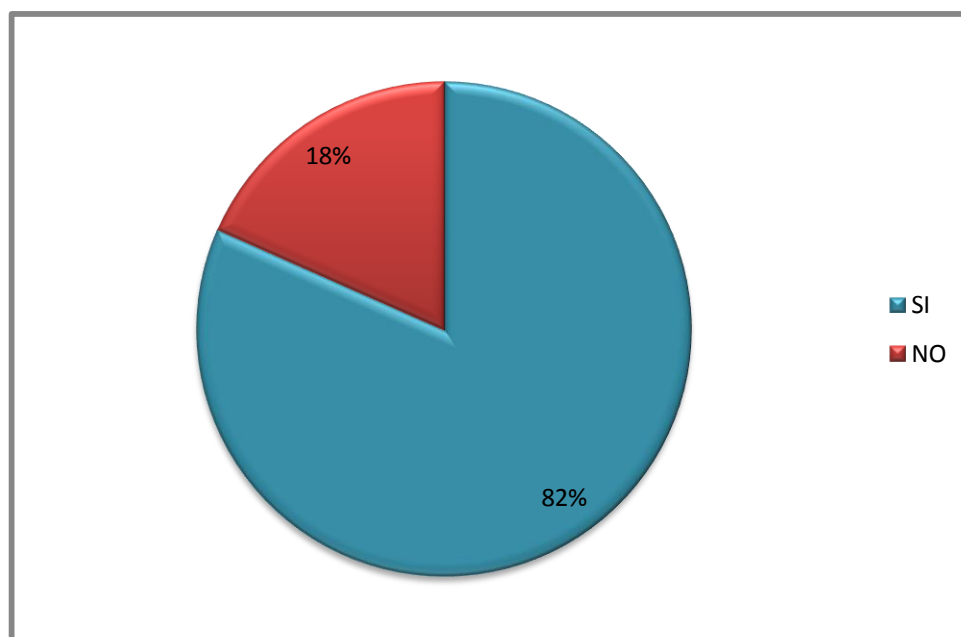


Figura N° 12

Investigación Directa

Análisis:

El 82% de los encuestados cree que es necesario transmitir los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 18% cree que no es necesario.

3. ¿CONOCE QUE SIGNIFICA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
30	68
31%	69%

Tabla N° 13

Investigación Directa

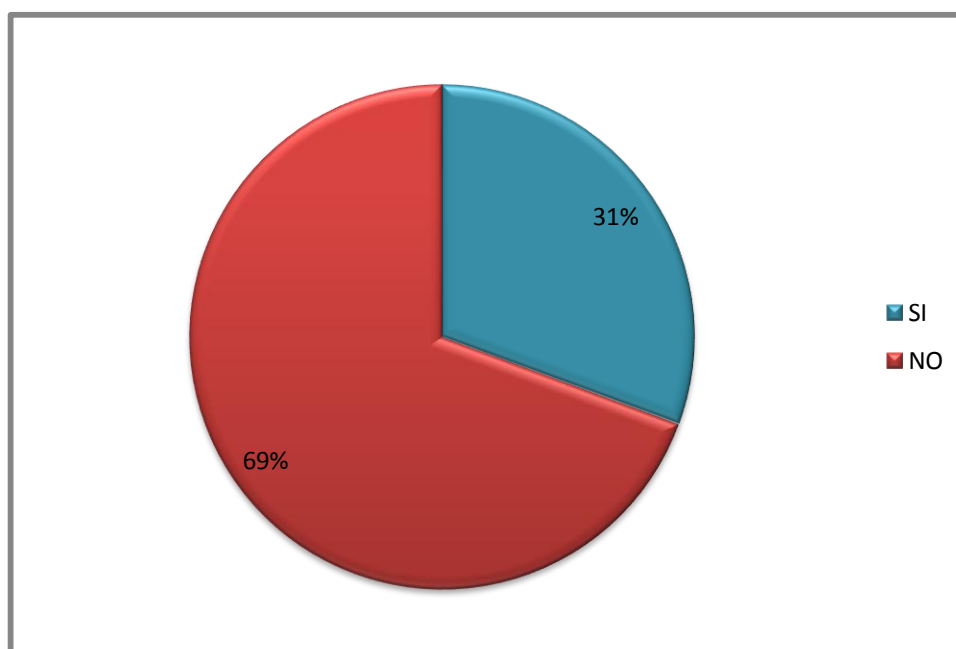


Figura N° 13

Investigación Directa

Análisis:

El 69% de los encuestados no conoce lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 31% tiene conocimientos del tema.

4. ¿ESTÁ DISPUESTO A COLABORAR ECONÓMICAMENTE A SU REPRESENTADO, PARA DESARROLLAR UN PROYECTO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
70	28
71%	29%

Tabla N° 14

Investigación Directa

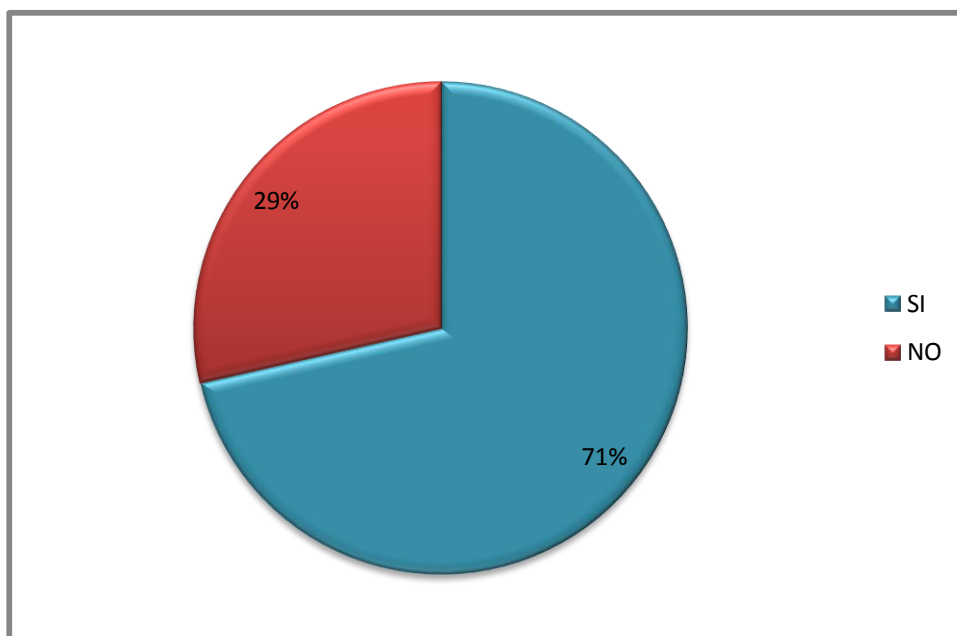


Figura N° 14

Investigación Directa

Análisis:

El 71% de los encuestados está dispuesto a colaborar económicamente a sus representados para elaborar un proyecto de Responsabilidad Social Empresarial y el 29% no desea ayudar económicamente para realizar un proyecto.

5. ¿DESEARÍA INTEGRARSE EN UN PROYECTO PRÁCTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
50	48
51%	49%

Tabla N° 15

Investigación Directa

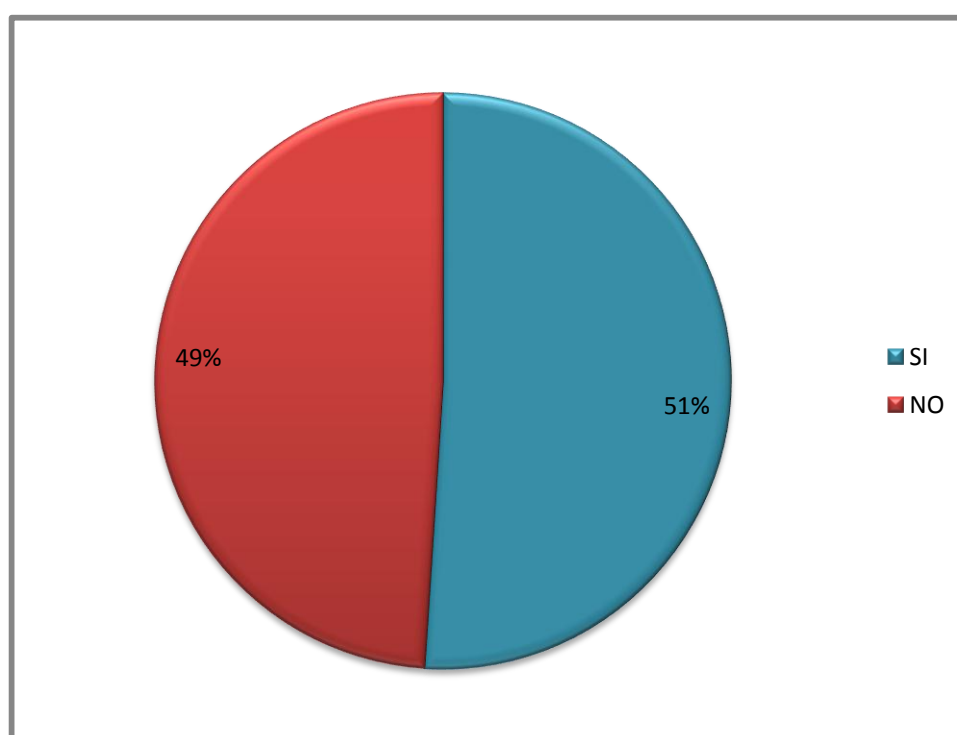


Figura N° 15

Investigación Directa

Análisis:

El 51% de los encuestados le gustaría integrarse en un proyecto práctico de Responsabilidad Social Empresarial y el 49% no desea integrarse en ningún un proyecto práctico de la Institución Educativa.

**ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO
“PATRIA ECUATORIANA”**

**1. ¿SABES QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL?**

SI	NO
30	68
31%	69%

Tabla N° 16

Investigación Directa

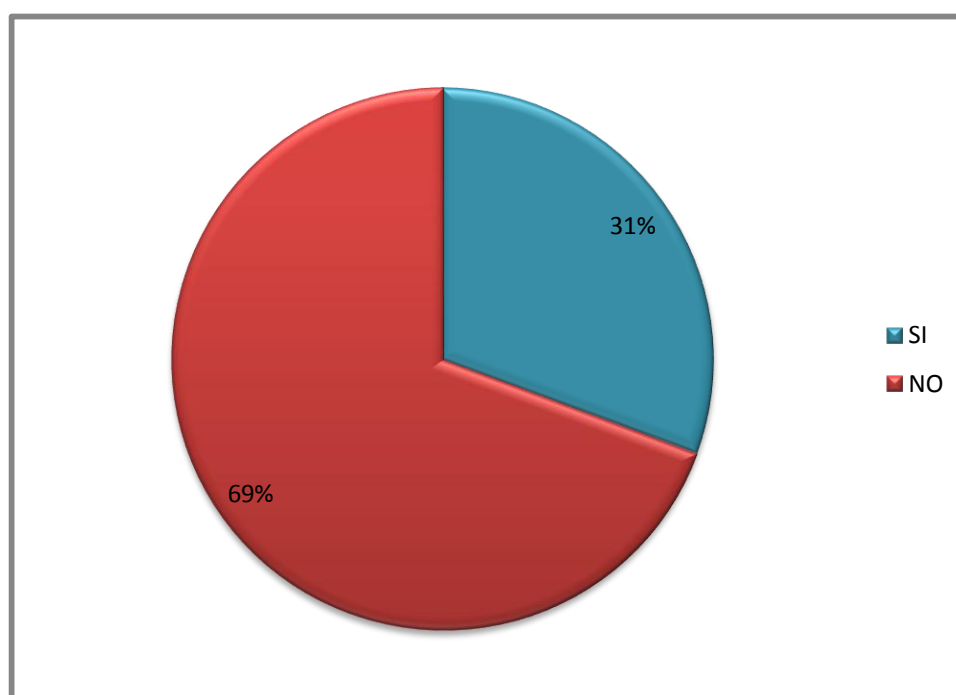


Figura N° 16

Investigación Directa

Análisis:

El 69% de los encuestados no tiene conocimiento de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial y el 31% dice saber de qué se trata el tema.

2. ¿CONSIDERA QUE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ES UN CONOCIMIENTO IMPORTANTE PARA DESENVOLVERSE EN EL CAMPO LABORAL?

SI	NO
70	28
71%	29%

Tabla N° 17

Investigación Directa

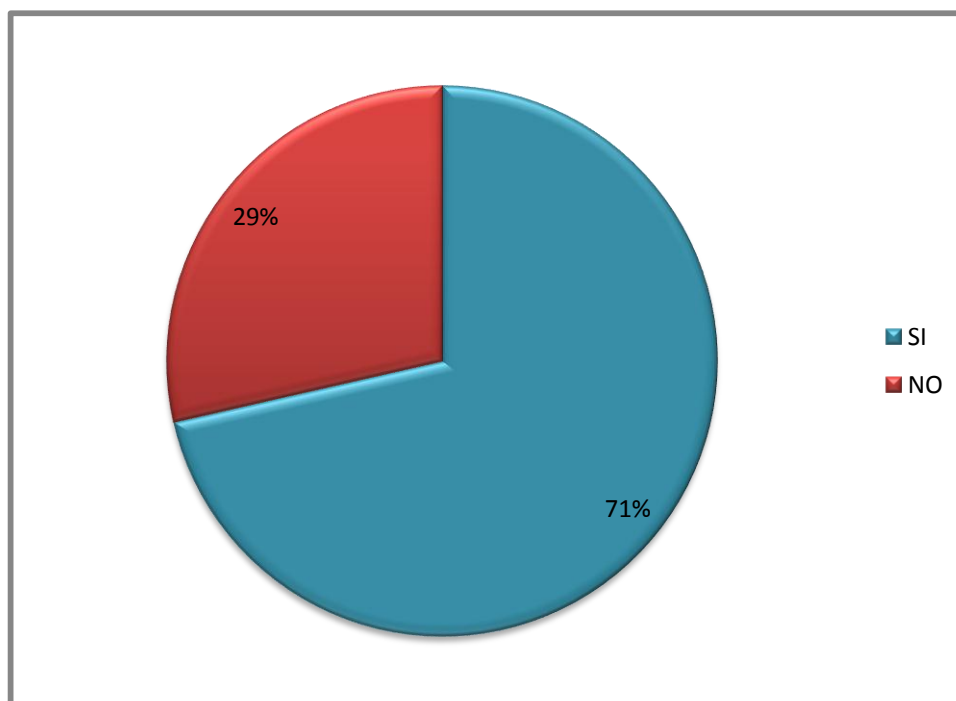


Figura N° 17

Investigación Directa

Análisis:

El 29% de los encuestados afirma que los conocimientos de la Responsabilidad Social Empresarial no les ayudarán en el campo laboral mientras que el 71% apoya que la Responsabilidad Social les serviría de mucho al momento de encontrar trabajo.

3. ¿CONOCES LA DEMANDA DE CARRERAS QUE PRESENTA EL CAMPO LABORAL?

SI	NO
50	48
51%	49%

Tabla N° 18

Investigación Directa

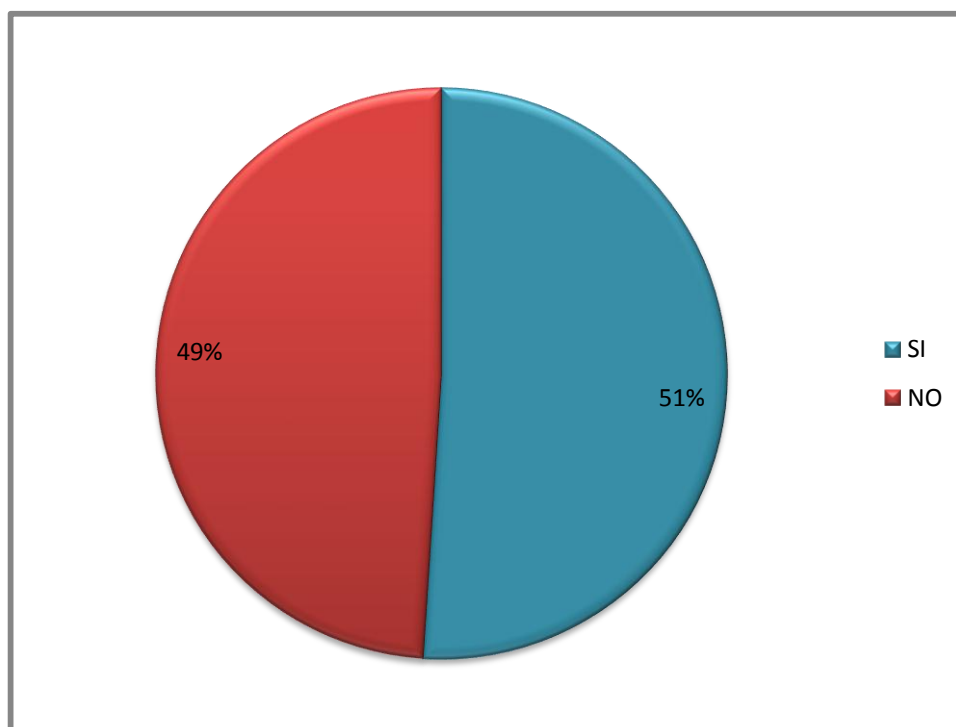


Figura N° 18

Investigación Directa

Análisis:

El 51% de los encuestados afirma que conoce las carreras que se encuentran en demanda en el campo laboral mientras que el 49% no conoce del tema.

4. A SU CRITERIO PERSONAL, SUBRAYE DOS CARRERAS CON ALTA DEMANDA EN EL MERCADO LABORAL

Opciones	Respuesta
Ingeniería Comercial	40
Marketing	18
CPA	4
Economía	10
Comercio Exterior	15
Auditoría	11

Tabla N° 19

Investigación Directa

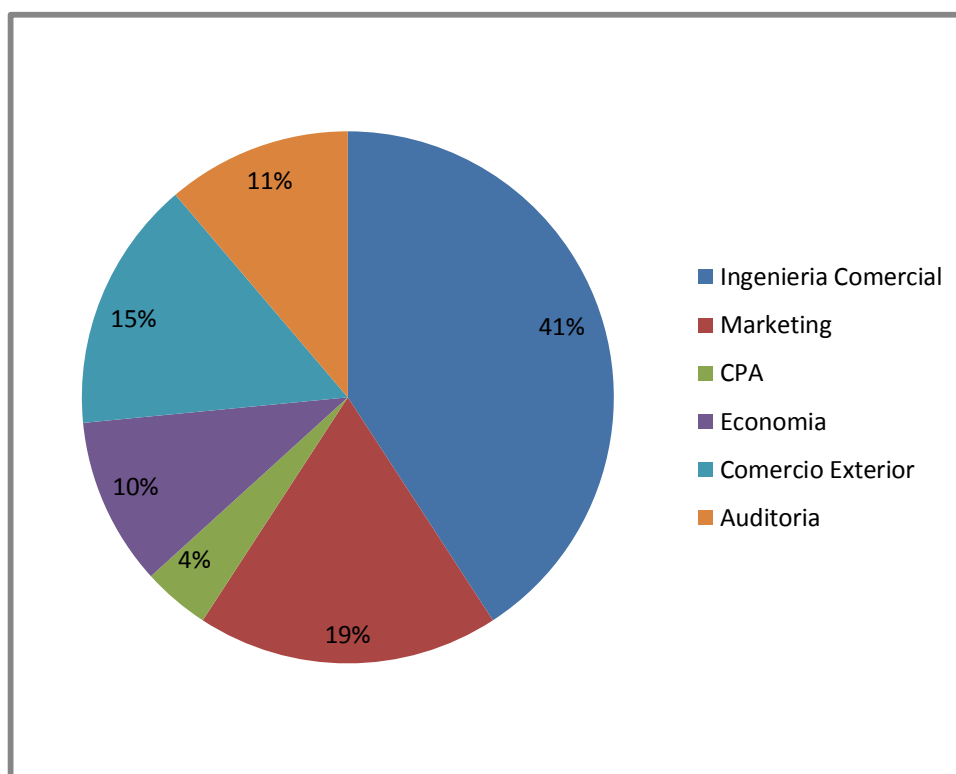


Figura N° 19

Investigación Directa

Análisis:

El 41% de los encuestados afirma que Ingeniería Comercial es la más opcionada en el mercado laboral, el 19% dice Marketing, 4 % dice CPA, 10% dice ser Economía, el 15% por Comercio Exterior y el 11% dice ser Auditoría.

5. ¿DESEARÍA AMPLIAR SUS CONOCIMIENTOS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

SI	NO
59	41
59%	41%

Tabla N° 20

Investigación Directa

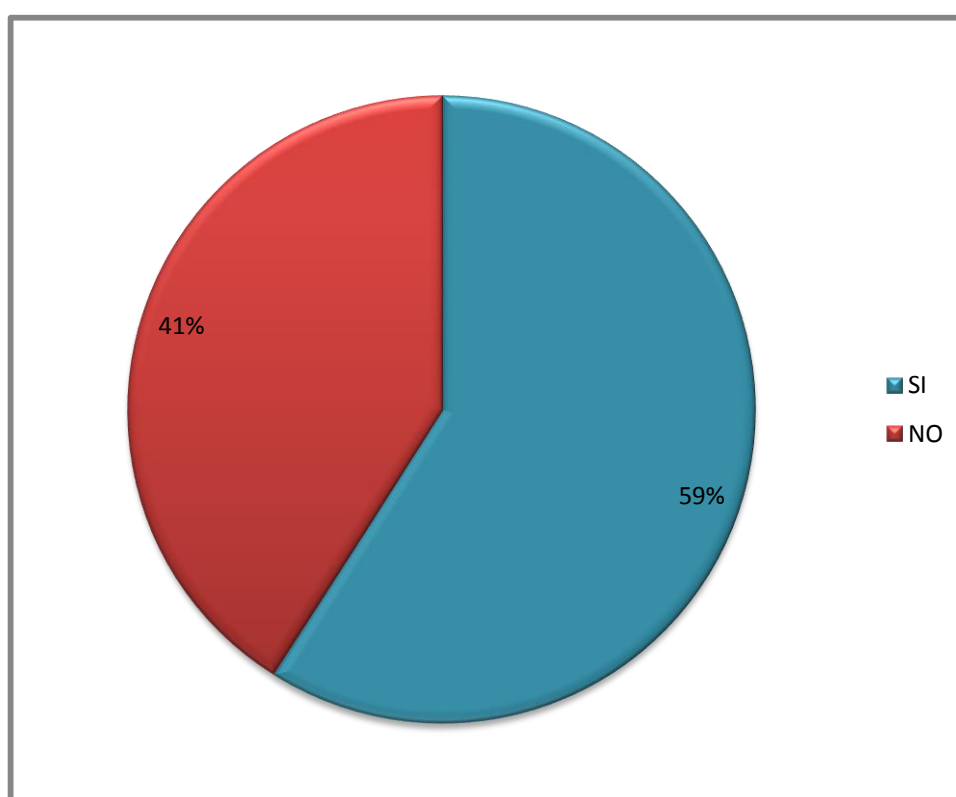


Figura N° 20

Investigación directa

Análisis:

El 59% de los encuestados está de acuerdo en ampliar sus conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial y el 41% no desea incrementar sus conocimientos.

6. ¿QUÉ MEDIO CONSIDERAS ADECUADO PARA RECIBIR ESTOS CONOCIMIENTOS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

opciones	respuesta
Talleres	30
Seminarios	60
Inclusión en el Pensum de Estudio	7
Carteles Informativos y/o exposiciones durante la semana cultural	1

Tabla N° 21

Investigación Directa

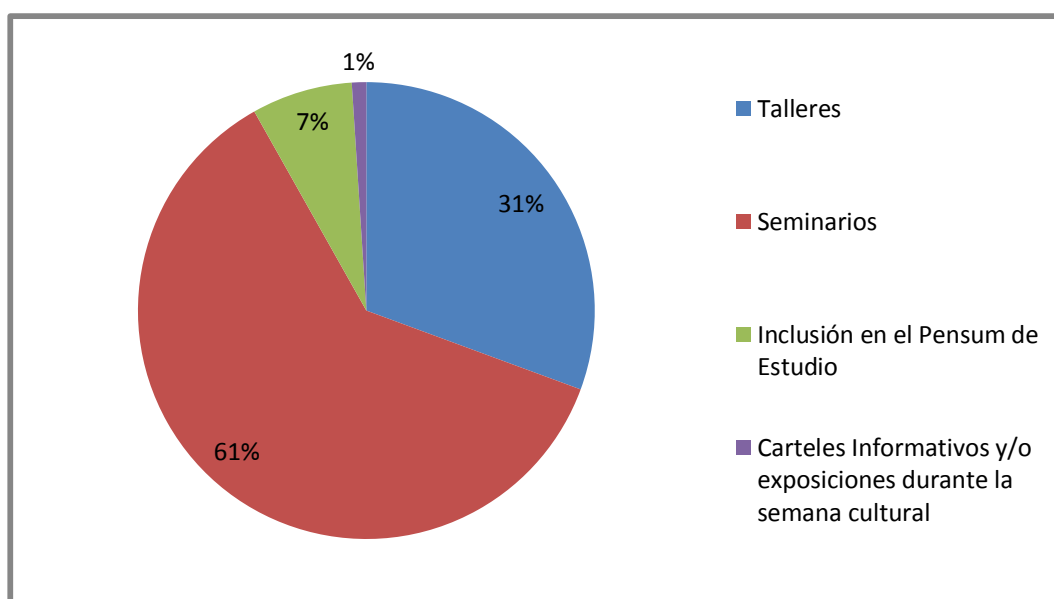


Figura N° 21

Investigación Directa

Análisis:

El 60% de los encuestados afirma que mediante seminarios es el mejor método para recibir los conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial, el 31% dice talleres, 7% dice inclusión en el pensum de estudio y el 1% dice que mediante carteles informativos o exposiciones en la semana cultural.

3.5 RECURSOS

3.5.1 INSTRUMENTALES

Como recursos invertidos en este proyecto están los siguientes:

3.5.1.1 FUNGIBLES

- Copias
- Minas
- Lápiz
- Lapicero. Etc.

3.5.1.2 PERMANENTES

- Computadora
- CD regrabable
- Papel A4
- Dispositivo de Almacenamiento
- Tinta para impresora HP

SERVICIOS

- Internet
- Luz
- Telefonía
- Transporte

3.5.2 CRONOGRAMA

NOMBRE DE TAREA	FECHA	HORAS
Reunión de tutoría para planificación	01/07/2011	4 horas
Introducción detallado del proyecto	15/07/2011	4 horas
Introducción detallado del proyecto	27/07/2011	4 horas
Establecimiento de las bases	11/08/2011	4 horas
Establecimiento de las bases del proyecto investigativo	04/10/2011	4 horas
Revisión del resultado diagnóstico del proyecto	01/11/2011	4 horas
Revisión del resultado diagnóstico del proyecto	13/12/2011	4 horas
Fundamento teórico del proyecto	15/01/2012	4 horas
Revisión de resultado del proyecto	18/02/2012	4 horas
Revisión de las diapositivas	26/03/2012	4 horas
Revisión del avance del proyecto	06/04/2012	4 horas
Revisión de final del proyecto	09/04/2012	4 horas

3.5.3 PRESUPUESTO

	Nombre del recurso ▼	Tipo ▼	Costo/Usó ▼	costo total ▼	Acumular ▼
1	1 Computadora	Material	\$ 600,00	\$ 600,00	Prorrateo
2	2 CD Regrabables	Material	\$ 1,00	\$ 2,00	Prorrateo
3	4 resmas de Papel A4	Material	\$ 3,50	\$ 14,00	Prorrateo
4	1 Dispositivo de Almacenamiento	Material	\$ 14,00	\$ 14,00	Prorrateo
5	1000 Copias	Material	\$ 0,02	\$ 20,00	Prorrateo
6	3 Cartuchos de Tinta para impresora HP	Material	\$ 40,00	\$120,00	Prorrateo
7	5 Minas	Material	\$ 0,20	\$ 1,00	Prorrateo
8	4 Lápices	Material	\$ 1,50	\$ 6,00	Prorrateo
9	2 Lápiceros	Material	\$ 1,20	\$ 2,40	Prorrateo
10	400 horas de Internet	Material	\$ 0,50	\$200,00	Prorrateo
11	3 Planillas de Luz	Material	\$ 30,00	\$ 90,00	Prorrateo
12	6 Tarjetas de Telefonía	Material	\$ 6,00	\$ 24,00	Prorrateo
13	100 Pasajes de Transporte	Trabajo	\$ 0,25	\$ 50,00	Prorrateo
14	Alimentación	Material	\$ 1,50	\$120,00	Prorrateo
15	Total	Costo		\$1.261,40	Prorrateo

3.6 RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la investigación son de gran relevancia para la preparación concluyente de los objetivos expuestos, tomando en cuenta las aspiraciones puestas en la investigación se plantea descubrir las ventajas que tienen los estudiantes al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en la Institución Educativa que día tras día necesita de cambios positivos en sus metodologías e instrucción ética y moral para sus estudiantes. De los datos obtenidos se devela que los Autoridades del Plantel han tenido gran acogida a las preguntas que se presentaron en la encuesta, evidenciando las necesidades y obligaciones que tiene el Colegio para con los estudiantes, los datos nos muestra que las Autoridades se preocupan por inculcar pensamientos éticos y morales en sus estudiantes enfocándose directamente con la Responsabilidad Social Empresarial. Los Docentes, en los datos se muestra que tienen preocupación por la educación moral e intelectual que actualmente se les ofrece a los estudiantes, puesto que la sociedad como también las autoridades competentes, responsables de la situación del país descuida los derechos y obligaciones que cada ciudadano tiene para con la sociedad con referencia a la Responsabilidad Social Empresarial, es por eso que los Docentes se mantienen en la idea de instruir a los educandos con perspectivas responsables y comunitarias en defensa de la sociedad y a beneficio de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” .

Los Padres de Familia en los resultados se observa a cabalidad que ellos están interesados que sus representados sean adultos responsables, de formación y pensamiento ético, solidarios con la sociedad que actualmente está transformándose y evolucionando con un sesgo de perspectiva, cambiando cada día, con perspectivas de modernidad y avance de madurez de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”. Los estudiantes están debidamente dispuestos según los datos obtenidos para la creación de talleres o clases especiales que les inculquen el verdadero significado de la Responsabilidad Social Empresarial, con objetivos alcanzables que les ayuden con una formación moral a beneficio de la sociedad y de los mismos.

3.7 VIABILIDAD O FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Es factible porque las Autoridades del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, están de acuerdo en realizar y desarrollar estos métodos de instrucción y enseñanza en los alumnos, estableciendo definiciones concretas de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus instalaciones.

La factibilidad de la presente investigación está plenamente justificada por las siguientes preguntas con su respectiva resolución.

¿Es posible hacer la investigación?

Sí es posible, la investigación se inclina a rendir resultados positivos en beneficio de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, porque el Tema de Responsabilidad Social Empresarial es aplicable para cualquier fin educativo que se exponga en relación a la sociedad que abarca múltiples procesos de evolución educacional.

¿Cuánto tiempo tomará realizarla?

El tiempo que abarcará la investigación será de 4 meses ya que es el tiempo apropiado para acaparar todos los puntos de intervención investigativa cubriendo todas las incógnitas formuladas al inicio de la investigación concluyente, con los respectivos datos y conclusiones obtenidas se establecerá metas educativas para ser ejecutadas en el Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

CAPÍTULO IV

INFORME TÉCNICO FINAL

**RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL**

**COLEGIO NACIONAL MIXTO
“PATRIA ECUATORIANA”**

AUTORA

PROF. MARÍA BRITO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2011-2012

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

En esta situación global, el ámbito de acción y la dimensión de las grandes empresas multinacionales, tanto a nivel geográfico, económico y social ha aumentado de manera importante la producción y la inclusión de necesidades en el consumidor.

En busca de una maximización de los beneficios, el efecto de la globalización ha resultado en un aprovechamiento desmesurado de los recursos naturales. Del mismo modo estas prácticas se reflejan en el mercado laboral estando cada vez más exigente, inestable e insuficiente.

De estos cambios nacen nuevas demandas, entendidas cada vez por el mundo empresarial, como oportunidades de mejora. El concepto que se conoce como Responsabilidad Social Empresarial surge de la necesidad inmediata de minimizar los daños resultantes de producción y desarrollo a grandes escalas y evitar su agravamiento, ofreciendo soluciones a los problemas demográficos, sociales y medio ambientales, sin olvidar la creación de riqueza, razón de ser de la empresa.

Los sujetos involucrados en la investigación son los siguientes: las Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes. La Responsabilidad Social Empresarial no es una cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones.

La Responsabilidad Social Empresarial es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

El objetivo principal que persigue la Responsabilidad Social Empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Responsabilidad Social Empresarial, tradicionalmente, se puede definir como la posibilidad que tiene un empresario de ocuparse de sus trabajadores, de conocer las necesidades de cada uno de ellos. También puede relacionarse con la solidaridad humana, la preocupación de ayudar a la sociedad; tener la facultad de lo que es servir a la sociedad; estar en condiciones de brindar una adecuada ayuda sobre determinado individuo.

- Una empresa que desarrolla la responsabilidad social es capaz de utilizarla acompañando a la estrategia general de la empresa permitiéndole sobrevivir en un medio global.
- Utilizar la responsabilidad social conlleva a la obtención de ventajas competitivas sustentables en el tiempo, que permiten a la empresa participar de este nuevo contexto económico de manera exitosa.

Se puede pensar que la Responsabilidad Social Empresarial debe incorporarse en la formulación de la estrategia empresarial ya que es un factor clave para el éxito y aceptación de las entidades en el futuro.

Es clara la intencionalidad que existe en este proyecto, al ser su objetivo más importante el de crear conciencia en los estudiantes, futuros profesionales de la Patria, por ser ellos el mañana se desea que vayan creciendo con la idea de ocuparse de la ciudadanía o de ayudar a que muchos trabajadores

y desempleados puedan crecer económicamente mediante la Responsabilidad Social.

La tarea es larga. La meta que se tiene para alcanzar elementos suficientes que permitan demostrar el nivel de conciencia y cultura empresarial como agentes des-contaminantes de poca importancia social que hay en nuestro país, es, utilizando indicadores visibles, evaluar los efectos de los planes socio educacional de las empresas que tienen influencia directa sobre todos los campos de trabajos que hay en muchas empresas.

CUERPO DE LA INVESTIGACIÓN

Se desea que los estudiantes de bachillerato de Comercio y Administración del Colegio Patria Ecuatoriana puedan sembrar una cultura de Responsabilidad Social Empresarial. Es importante que este concepto los pueda descubrir bajo la metodología de la educación experiencial de aprender haciendo.

Para garantizar que los estudiantes se apersonen del proyecto se debe tender los canales adecuados de información y comunicación.

En el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU. se preocuparon por la vivienda, el bienestar y la calidad de sus empleados. Junto con la aparición de movimientos contrarios a grupos que consideraban poco éticos al lucrarse con productos perjudiciales para la sociedad, como venta de tabaco, alcohol, etc.

Con el siglo XX y con el desarrollo del estado de bienestar, el sentimiento filantrópico se volcó en relaciones formales integrales dentro de las instituciones; cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos. Aunque la expresión surge entre los 50-60 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, utilizó el concepto.

Pues en la sociedad europea había cada vez más problemas en torno al desempleo de larga duración y la exclusión social que eso suponía. Más tarde en 1999 el secretario general de la ONU durante el Foro Económico y Mundial de Davos pidió que se adoptasen valores con rostro humano al mercado mundial. Lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la Responsabilidad Social Empresarial, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino.

Responsabilidad Social Empresarial ha definido una pirámide con el orden de prioridades. La pirámide es una herramienta que fue creada con el propósito de ayudar a las empresas a definir las áreas de acción en términos de Responsabilidad Social Empresarial.

Es a través de la pirámide que las empresas tienen los criterios que necesitan a la mano para poder diseñar políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Como se observó anteriormente, la Responsabilidad Social Empresarial se logra evidenciar a través de la ejecución de prácticas empresariales que generan un impacto positivo tanto a lo interno como a lo externo para las empresas que las apliquen.

La empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la empresa o hacia fuera de la empresa y en cada caso existen diferentes grupos hacia donde puede focalizar su acción.

Se requiere promover la implementación de éstas prácticas en dos contextos: El primero es a lo interno y el segundo es a lo externo de la empresa.

Este primer contexto, el interno contempla la interacción de los recursos de la empresa en función de sus resultados.

El segundo contexto, es la imagen que gana la empresa por el resultado que obtiene de la Responsabilidad Social Empresarial que realiza para con la sociedad. Para esto se consideran dos dimensiones: El Cumplimiento del marco legal ya que es necesario reconocer que la empresa no puede ser responsable socialmente si no está cumpliendo, antes que nada, con el régimen legal ya que ésta es la base de cualquier acción de Responsabilidad Social Empresarial y el fundamento para el desarrollo de cada uno de los países. De cualquier otro modo, las acciones de la empresa carecerán de legitimidad y sostenibilidad en el largo plazo. Recordemos que la evasión y la falta de transparencia no son sinónimos de competitividad y que tenemos que pasar de ventajas comparativas a ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo, porque la mano de obra barata está dejando de serlo por la falta de tecnificación y productividad.

Es necesario invertir en el desarrollo de las capacidades de nuestra gente y nuevas tecnologías que incorporen también la preservación del medio ambiente.

PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Objetivo General

- Determinar las demandas y compromisos que la comunidad espera de los bachilleres de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto "PATRIA ECUATORIANA", para sentar las bases de orientación en su Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos Específicos

- Establecer los fundamentos y parámetros de la Responsabilidad Social Empresarial.

- Determinar que compromisos son capaces de asumir los bachilleres de Comercio y Administración con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Identificar el papel del docente y su compromiso para asumir la práctica de la Gestión Social Empresarial con los bachilleres.

PREGUNTAS

- ¿Cómo beneficia a la sociedad que las Empresas realicen Responsabilidad Social?
- ¿Todas las empresas tienen obligación de realizar Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Cómo ayuda a los estudiantes la Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Tomar conciencia de Responsabilidad Social Empresarial en que beneficia a las empresas y por ende a la sociedad?

INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos utilizados en la presente investigación han sido elaborados de acuerdo a la necesidad del caso del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, referente a la Responsabilidad Social Empresarial los cuales fueron cuestionarios, preguntas que se formularon apropiadamente para la ejecución de las encuestas, las cuales se distribuyeron a las Autoridades, Docentes, Padres de Familia y Estudiantes del Plantel; hay 4 modelos de encuestas que se entregaron a cada grupo de la población los cuales constan de 5 y 6 ítems cada uno, con dos diferentes opciones de respuestas como Sí – No y de subrayar respuestas, a fin de contribuir a mejorar la formulación de conclusiones y recomendaciones, también se utilizó el instrumento de observación, este instrumento ayudó a "palpar la realidad" el ambiente y las

situaciones, para lo cual la observación permitió saber escuchar y utilizar todos los sentidos, poner atención a los detalles, poseer habilidades para descifrar y comprender conductas no verbales, para establecer vínculos de análisis reflexivos para una apropiada investigación. Las anotaciones y bitácoras de campo que se realizó ayudaron a evitar que se pueda olvidar los aspectos y detalles que se observó durante la investigación.

RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO

En la realización de la investigación con intenciones de obtener resultados confiables, fidedignos y obtenidos directamente de la realidad que prevalece en relación con la Responsabilidad Social Empresarial en el desarrollo del pensamiento preocupado e interesado de los estudiantes del 3er año de Bachillerato del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, se aplicaron los métodos de observación científica, inductivo, deductivo y analógico fundamentado en sus componentes como son:

La selección de un problema de estudio, en este caso del área de educación, del cual se formularon sus respectivas hipótesis para orientar la investigación:

- Realizar un diagnóstico a los estudiantes permite conocer la situación actual del colegio con respecto a Responsabilidad Social Empresarial.
- La Responsabilidad Social Empresarial influye positivamente en los resultados del aprendizaje de los estudiantes a largo plazo.
- La ética influye positivamente en los resultados de comportamiento referente a los efectos que causa la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en los estudiantes.
- Diseñar un modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial servirá como herramienta para mejorar la competitividad y pensamiento ético de los estudiantes.

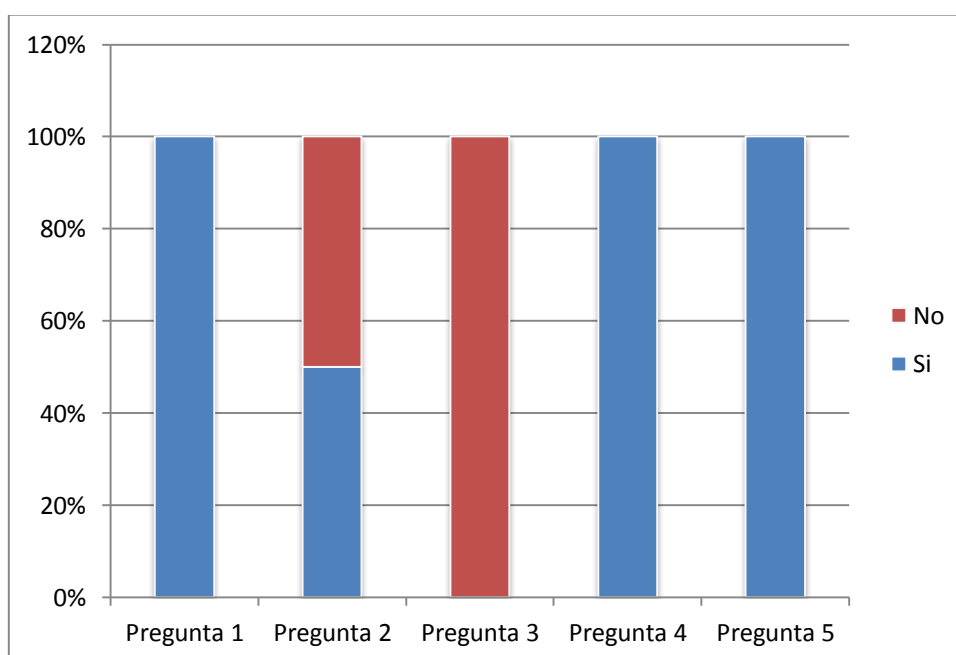
Destacando su correspondiente sistema de variables:

- La formación de pensamiento ético de los estudiantes
- La importancia que se da a la Responsabilidad Social Empresarial por parte de los educandos.

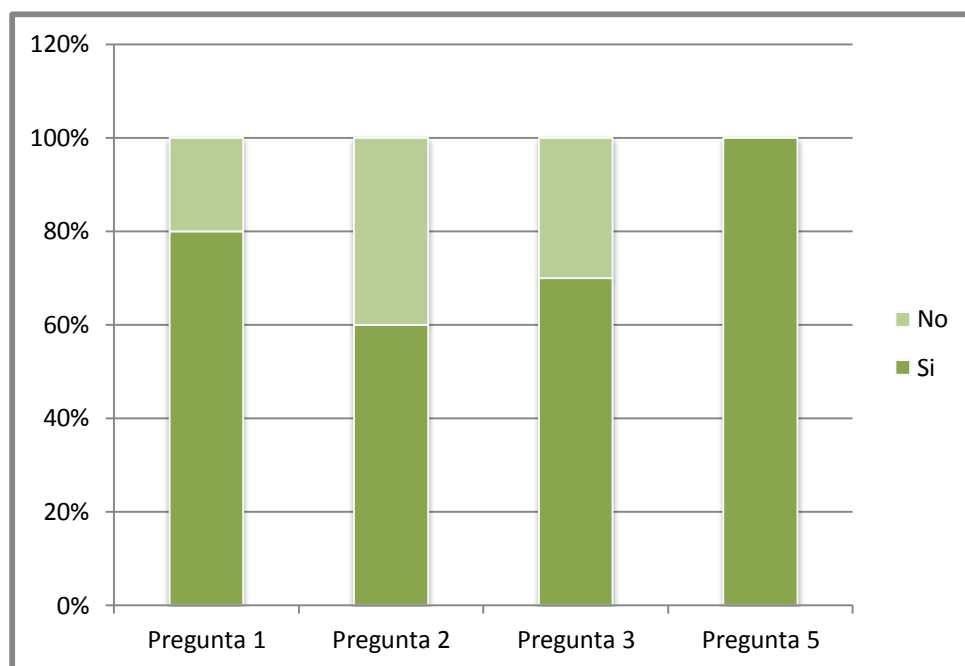
Con la información obtenida se procedió a realizar la prueba estadística de las hipótesis formuladas, a fin de plantear las conclusiones con sus respectivas recomendaciones en torno a la problemática en estudio.

También se destaca la necesidad de haber utilizado los procesos analíticos, sintéticos como base fundamental para estudiar el problema en relación a sus áreas específicas de estudio, pudiendo explicar la sustentación de sus principios teóricos y prácticos de manera independiente para que al final, se pudiera reunir la información con el objeto de lograr la comprensión de la temática planteada en toda su dimensión.

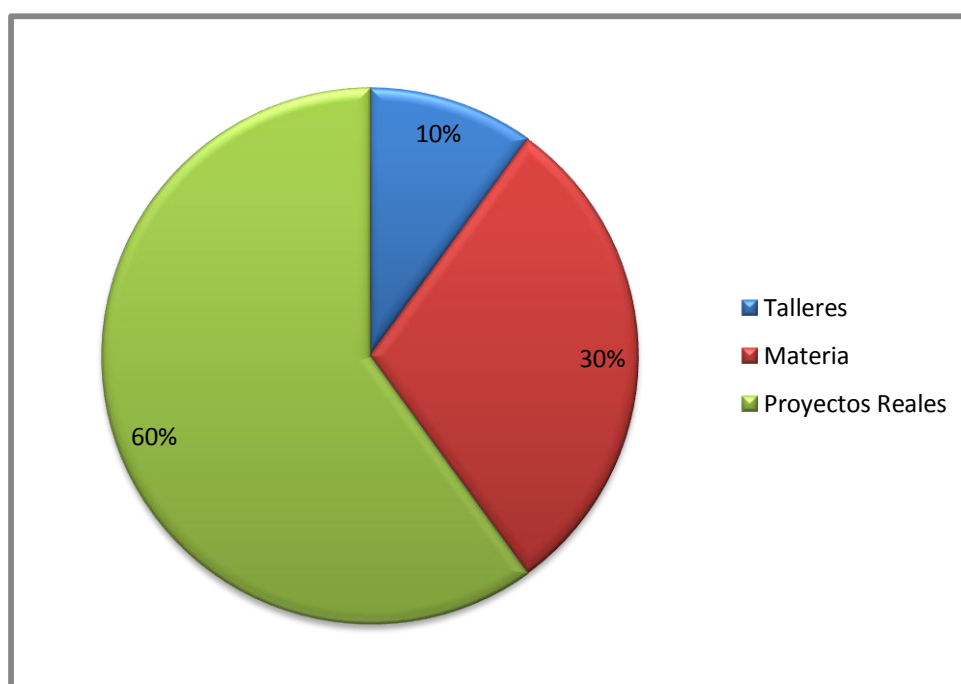
Resultados de las Preguntas de SI – No; formuladas en las encuestas a las Autoridades del Plantel



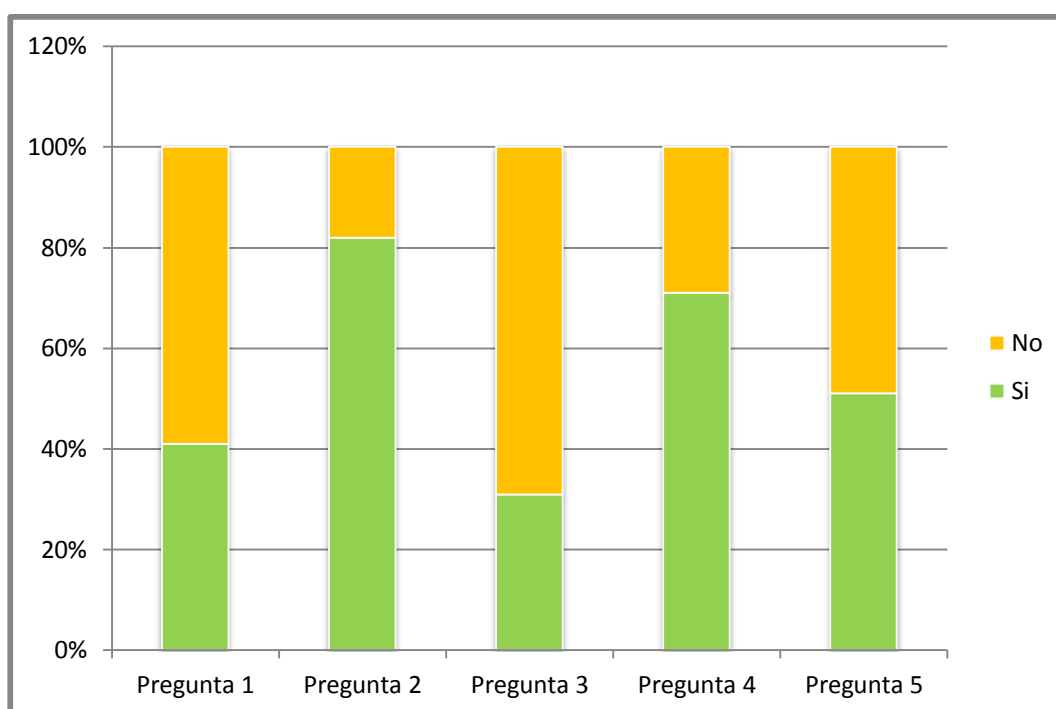
Resultados de las Preguntas de SI – No; formuladas en las encuestas a los Docentes



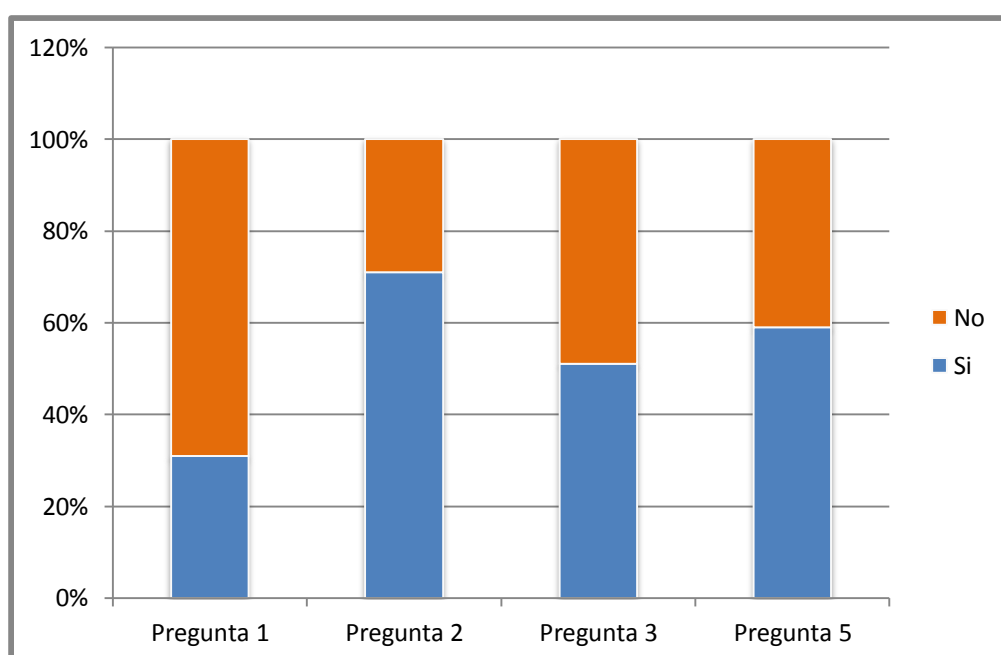
Pregunta 4



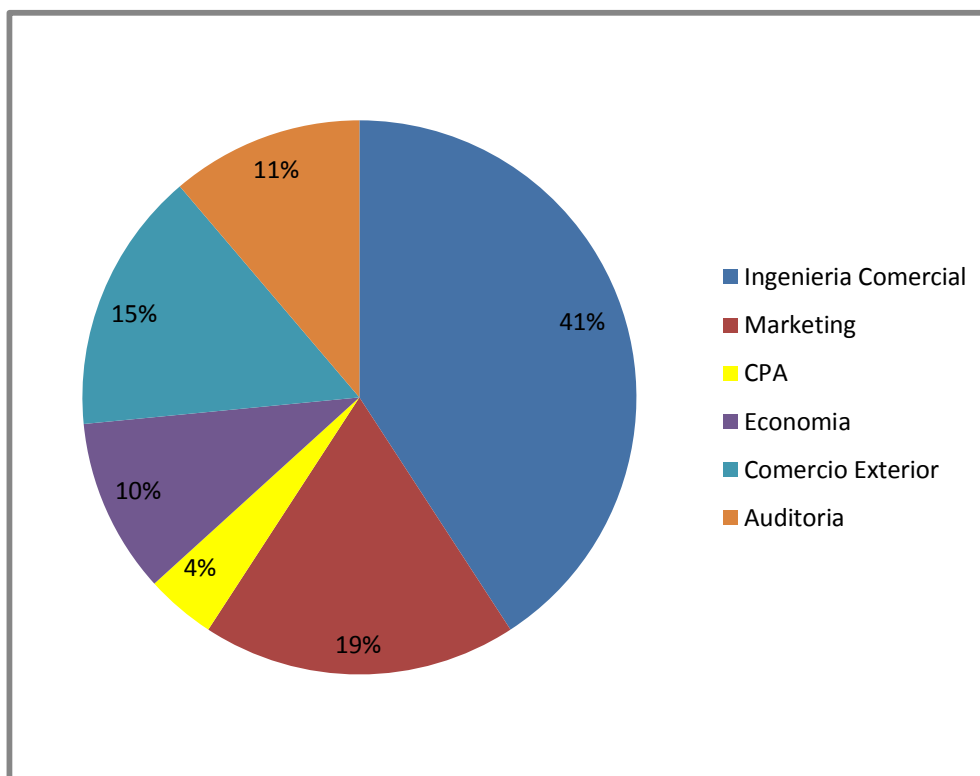
**Resultados de las Preguntas de SI – No; formuladas en las encuestas a los
Padres de Familia**



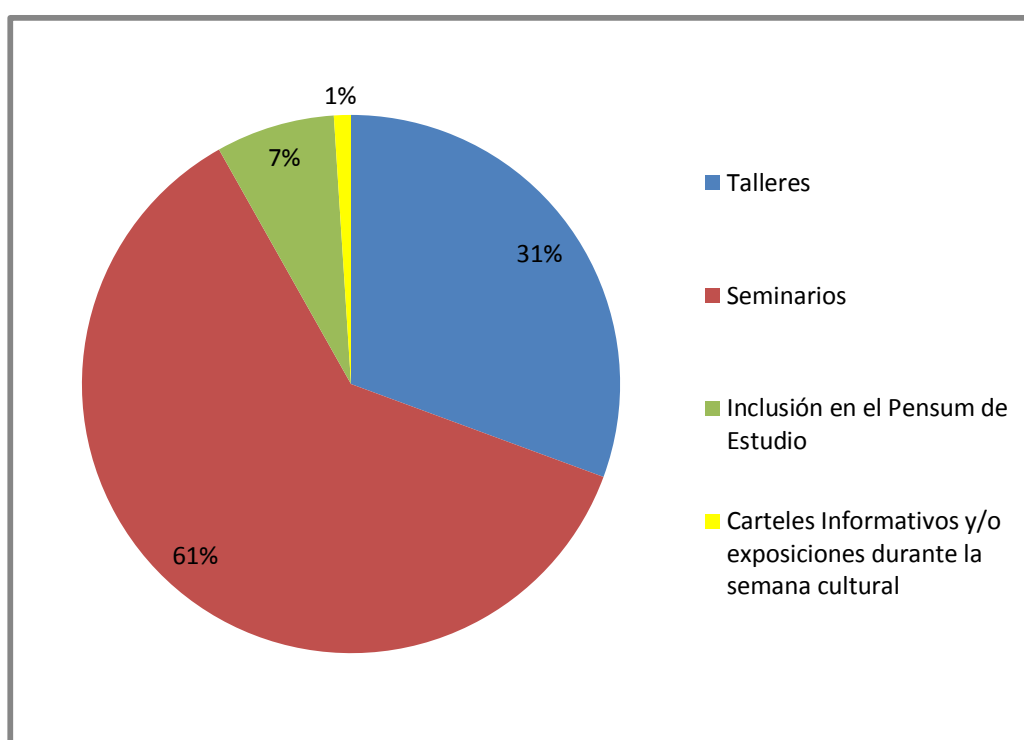
**Resultados de las Preguntas de SI – No; formuladas en las encuestas a los
Estudiantes**



Pregunta 4



Pregunta 6



De los datos obtenidos se revela que las Autoridades del Plantel han tenido gran acogida a las preguntas que se presentaron en la encuesta, evidenciando las necesidades y obligaciones que tiene el colegio para con los estudiantes, los datos nos muestra que las Autoridades se preocupan por inculcar pensamientos éticos y morales en sus estudiantes enfocándose directamente con la Responsabilidad Social Empresarial. Los Docentes, en los datos se muestra que tienen preocupación por la educación moral e intelectual que actualmente se les ofrece a los estudiantes, puesto que la sociedad como también las autoridades competentes, responsables de la situación del país descuida los derechos y obligaciones que cada ciudadano tiene para con la sociedad con referencia a la Responsabilidad Social Empresarial, es por eso que los Docentes se mantienen en la idea de instruir a los educandos con perspectivas responsables y comunitarias en defensa de la sociedad y a beneficio de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”.

Los Padres de Familia en los resultados se observa a cabalidad que ellos están interesados que sus representados sean adultos responsables, de formación y pensamiento ético, solidarios con la sociedad que actualmente está transformándose y evolucionando con un sesgo de perspectiva, cambiando cada día, y con perspectivas de modernidad y avance de madurez de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”. Los estudiantes están debidamente dispuestos según los datos obtenidos para la creación de talleres o clases especiales que les inculquen el verdadero significado de la Responsabilidad Social Empresarial, con objetivos alcanzables que les ayude con una formación moral para beneficio de la sociedad y de los mismos. La investigación que se realizó con los alumnos del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” aportó grandes ideas y conocimientos a los alumnos, además de que los profesores realizaron con éxito los objetivos propuesto con los educandos como la integración y colaboración de los mismos. Existen muchos retos a futuro que se desea llegar como: Ayudar a la sociedad con los conocimientos aprendidos en la Institución Educativa, la posibilidad de ayudar a integrar a otros colegios es otro de los retos propuestos por los maestros y estudiantes con el único fin de servir y ser un instrumento para la educación a

favor de los jóvenes que aún no saben cuáles son los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.

4.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Considerando la importancia del compromiso u obligación que los miembros de una sociedad, ya sea como individuos o como miembros de algún grupo tienen tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto, este proyecto permitió al Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana” establecer pensamientos éticos en sus estudiantes mediante la utilización y práctica de Responsabilidad Social Empresarial

La solución propuesta plantea en diseñar una guía para que los estudiantes puedan ejecutar con éxito las particularidades propias de la Responsabilidad Social Empresarial, en los diferentes campos en los que se desenvuelven como futuros bachilleres de Comercio y Administración.

Conclusiones	Recomendaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Por falta de conocimiento por parte de los estudiantes se les complica entender el verdadero significado de la Responsabilidad Social Empresarial. • La Responsabilidad Social Empresarial sirvió de apoyo ético para con los estudiantes del colegio. • En la Institución Educativa se realiza muy superficialmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda enfatizar la enseñanza a los educandos, sobre los beneficios que ocasiona la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial. • Instruir en los estudiantes las características y oportunidades que ofrece la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los mismos. • Utilizar la Guía, para que los estudiantes del tercer año de

<p>estudios de Responsabilidad Social Empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En los reglamentos del Ecuador no se establece leyes que obliguen a las Empresas a realizar Responsabilidad Social Empresarial. 	<p>Comercio y Administración del Colegio “Patria Ecuatoriana”, puedan ejecutar con éxito las particularidades propias de la Responsabilidad Social Empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno y las Empresas deben tomar conciencia de los beneficios que se producen gracias a la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.2 PROPUESTA

Previo al análisis minucioso sobre la falta de conocimientos de la Responsabilidad Social Empresarial en los bachilleres del tercer año de Comercio y Administración del Colegio Nacional Mixto “Patria Ecuatoriana”, se ha creado una solución integral, que servirá como orientación para los estudiantes y cree en ellos la conciencia de importancia del tema, y no solo se verán ellos favorecidos, además la implementación de la misma beneficia a la propia institución puesto que no basta con solo enseñar y dirigir, “hay que dar el ejemplo”, esta forma se muestra como la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial, es posible aplicarla en la vida de cada individuo.

La solución propuesta plantea en diseñar una guía para que los estudiantes puedan ejecutar con éxito las particularidades propias de la Responsabilidad Social Empresarial, en los diferentes campos en los que se desenvuelven como futuros bachilleres de Comercio y Administración.

Complementario a la instancia anterior, de ser posible se puede tratar de obtener entrevistas con esas personas o representantes de las entidades que

apliquen la Responsabilidad Social Empresarial, para que sirva de factor informativo y de ejemplo, se tratará de obtener charlas de ellos mismos, con posibles visitas a la Unidad Educativa.

En definitiva la realización de la presente propuesta debe realizarse de forma integral como un todo, para así obtener los resultados esperados que son la concientización y la relevancia en la importancia de practicar la Responsabilidad Social Empresarial en la vida y progreso de la sociedad.

5. BIBLIOGRAFÍA

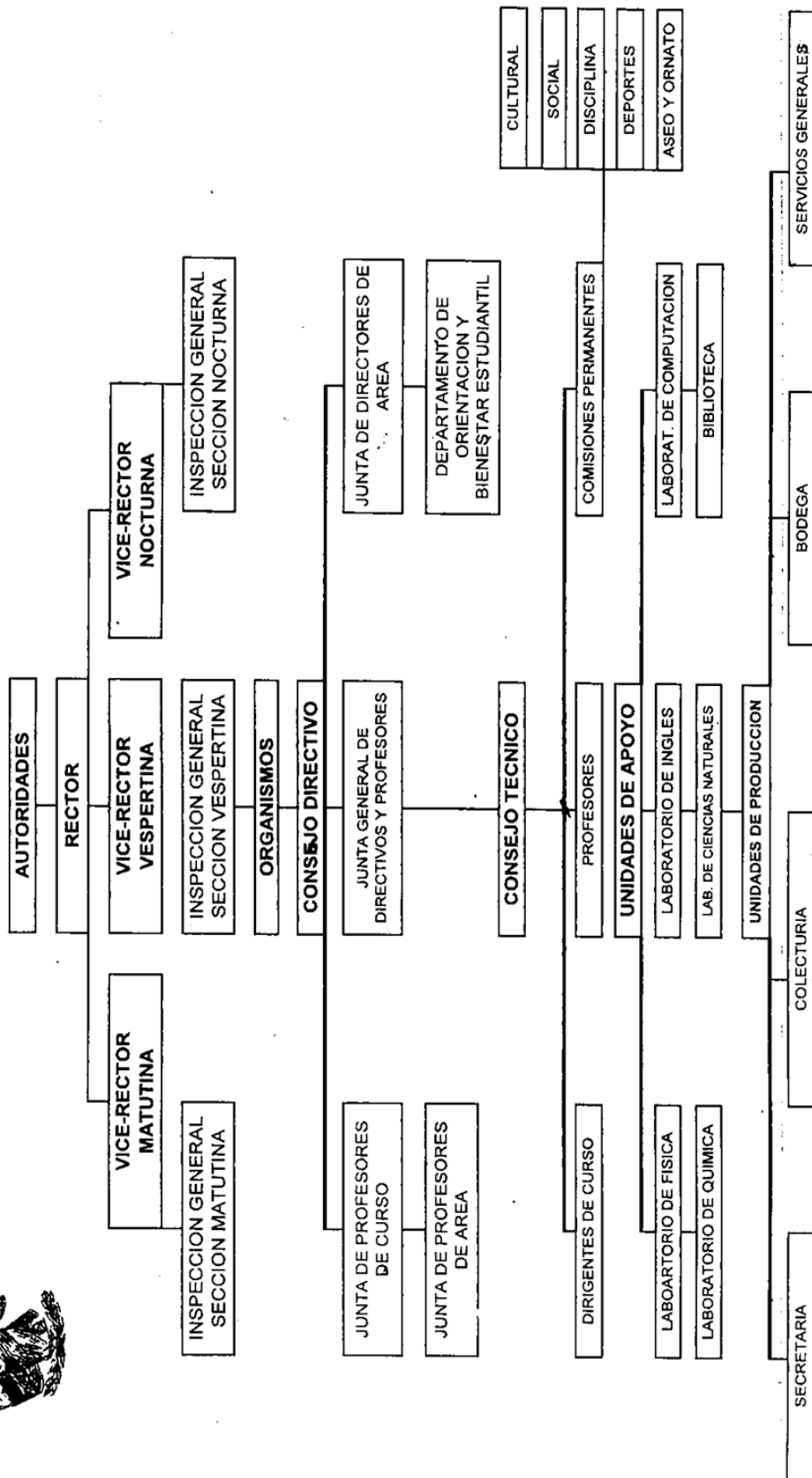
- Doctor Fernández, Ricardo. Responsabilidad Social Corporativa, año 2009, Pág. 67.
- Casado Cañeque, Fernando. La RSE ante el espejo: Carencia, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI, año 2011, Pág. 37.
- G. Perdiguero, Tomás, García Reche, Andrés. La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial, año 2009, Pág. 23
- Guibert Ucín, José María. Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas pymes, año 2009, Pág. 28

Internet

- <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=58284>
- <http://www.angelfire.com/sc/matasc/EyD/bioesta/muestreo.htm>
- http://www.ifad.org/gender/tools/hfs/anthropometry/s/ant_3.htm
- <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm>
- <http://www.efemerides.ec/1/cons/index7.htm>
- http://www.utpl.edu.ec/sites/default/files/documentos/ley_educacion_superior.pdf

ANEXOS

**COLEGIO FISCAL MIXTO "PATRIA ECUATORIANA"
ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL**



**ENCUESTA REALIZADA A LAS AUTORIDADES DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO**

“PATRIA ECUATORIANA”

1. **¿Considera importante aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en la institución?**

SI NO

2. **¿Usted está de acuerdo que el conocimiento que adquieran los estudiantes sobre Responsabilidad Social Empresarial les da mejores oportunidades en el campo laboral?**

SI NO

3. **¿Considera que los jóvenes bachilleres de Comercio y Administración, asumen actualmente compromisos en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial?**

SI NO

4. **¿Considera necesario ampliar los conocimientos sobre la Responsabilidad Social Empresarial?**

SI NO

5. **¿Usted está de acuerdo en que se diseñe una guía para que los estudiantes puedan ejecutar con éxito las particularidades propias de la Responsabilidad Social Empresarial?**

SI NO

**ENCUESTA REALIZADA A LOS DOCENTES DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO**

“PATRIA ECUATORIANA”

1. **¿Conoce usted sobre la Responsabilidad Social Empresarial?**

SI NO

2. **¿Ha desarrollado proyectos de Responsabilidad Social Empresarial con sus alumnos?**

SI NO

3. **¿Considera que incluir en el pensum de los alumnos conocimientos sobre la Responsabilidad Social Empresarial les aporta un panorama más serio al momento de enfrentarse al mundo laboral?**

SI NO

4. **¿Cómo considera adecuado introducir estos conceptos?**

Talleres
Materia
Proyectos Reales

5. **¿Estaría dispuesto a participar en proyectos de Responsabilidad Social Empresarial con sus alumnos?**

SI NO

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL
COLEGIO NACIONAL MIXTO
“PATRIA ECUATORIANA”**

1. ¿Ha escuchado sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

2. ¿Cree usted que es necesario transmitir estos conceptos a los estudiantes?

SI NO

3. ¿Conoce que significa Responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

4. ¿Está dispuesto a colaborar económicamente a su representado, para desarrollar un proyecto sobre Responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

5. ¿Desearía integrarse en un proyecto práctico de Responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

**ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO**

“PATRIA ECUATORIANA”

1. ¿Sabes qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

2. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial es un conocimiento importante para desenvolverse en el campo laboral?

SI NO

3. ¿Conoces la demanda de carreras que presenta el campo laboral?

SI NO

4. A su criterio personal, subraye dos carreras con alta demanda en el mercado laboral

Ingeniería Comercial <input type="checkbox"/>	Economía <input type="checkbox"/>
Marketing <input type="checkbox"/>	Comercio Exterior <input type="checkbox"/>
CPA <input type="checkbox"/>	Auditoría <input type="checkbox"/>

5. ¿Desearía ampliar sus conocimientos sobre la responsabilidad Social Empresarial?

SI NO

6. ¿Qué medio consideras adecuado para recibir estos conocimientos sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Talleres <input type="checkbox"/>	Seminarios <input type="checkbox"/>
Inclusión en el Pensum de Estudio <input type="checkbox"/>	
Carteles Informativos y/o exposiciones durante la semana cultural <input type="checkbox"/>	



Foto N° 1: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, paralelo A realizando las encuestas.



Foto N° 2: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, paralelo A, realizando las encuestas.



Foto N° 3: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, paralelo B, realizando las encuestas.



Foto N° 4: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, paralelo C, realizando las encuestas



Foto N° 5: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, paralelo D, Prestando atención sobre como realizar la encuesta.



Foto N° 6: Estudiantes de tercer año de Comercio y Administración, realizando las encuestas.