



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN TRIBUTACIÓN Y
FINANZAS



TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS

TEMA:

“ANÁLISIS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CASO
EMPRESA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO HAWAI, 2018 – 2019.”

AUTORA:

PEÑAFIEL QUIMIZ JENNY LEONOR

TUTOR:

ING. MARTILLO MIELES OSWALDO, MAE

GUAYAQUIL – ECUADOR

CI 2020 – 2021



FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
ANÁLISIS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CASO EMPRESA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO HAWAI, 2018-2019	
AUTORA: PEÑAFIEL QUIMIZ JENNY LEONOR	TUTOR: ING. OSWALDO MARTILLO MIELES
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA: INGENIERÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Nº DE PÁGS: 76
PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social empresarial, Hotel Hawaii, método cualitativo, solvencia, aspectos económicos.	
<p>RESUMEN: Hotel Hawaii es una empresa que se dedica al servicio de alojamiento y cuenta con dos establecimientos uno en el sector norte y otro en el sur de Guayaquil, da empleo directo a 34 personas y alrededor de 560 de manera indirecta. La Dirección realiza actividades que presume son de Responsabilidad Social Empresarial, pero posiblemente estas actividades no se enmarquen en lo exigido por la gestión de responsabilidad social empresarial, entonces se hace necesario caracterizar estas actividades para categorizarlas como socialmente responsables. El objetivo de la investigación es determinar la influencia que ejerce responsabilidad social empresarial sobre la economía de los trabajadores del hotel Hawaii de la ciudad de Guayaquil. La metodología seguida incluye enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y explicativo, se realizar entrevistas de profundidad a los empleados de la empresa, la muestra fue escogida mediante el método no aleatorio y por conveniencia. Finalizada la investigación se debe reconocer que con sus empleados el Hotel Hawaii emplea prácticas de RSE, y gracias a ello sus empleados gozan de solvencia, ha logrado su fidelidad y los ha apoyado capacitándolos para fortalecer sus capacidad y mejorar sus ingresos, sin embargo, no practica acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente (agua, energía y reciclaje), además no se han realizado acciones que favorezcan a la comunidad, por estos hallazgos se puede concluir que el Hotel Hawaii no es socialmente responsables en el sentido amplio del concepto</p>	
Nº DE REGISTRO (en base de datos):	Nº DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	SI X NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: E-mail:
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
	Teléfono: 042-248505
	E-mail: www.ug.edu.ec



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada **Ing. Oswaldo Martillo Mieles**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por: **Peñafiel Quimiz Jenny Leonor; C.E. 0918093204**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniera en Tributación y Finanzas**. Se informa que el trabajo de titulación: **“Análisis de responsabilidad social empresarial: caso empresa de servicios de alojamiento Hawaii, 2018 -2019”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el 4% de Coincidencias y Referencias según el informe del sistema de **URKUND**.

URKUND

Document Information

Analyzed document	URKUND.doc (D80453120)
Submitted	10/2/2020 1:05:00 AM
Submitted by	
Submitter email	oswaldo.martillom@ug.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	carmen.rugelt.ug@analysis.orkund.com

Ing. Oswaldo Martillo Mieles
C.I. 0907715916



**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN TRIBUTACION Y FINANZAS**

Guayaquil, 30 de septiembre de 2020.

Ing. Pedro Albuquerque

DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación “**Análisis de responsabilidad social empresarial: caso empresa de servicios de alojamiento Hawaii, 2018 -2019**”, de la estudiante Jenny Leonor Peñafiel Quimiz, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que las estudiantes están aptas para continuar con el proceso de revisión final.



Ing. Oswaldo Martillo Mieles

C.I. 0907715916

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA
OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Jenny Leonor Peñafiel Quimiz, con C.I. No 0918093204, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Análisis de responsabilidad social empresarial: caso empresa de servicios de alojamiento Hawai, 2018 -2019”** de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.



Jenny Leonor Peñafiel Quimiz
C.I. # 0918093204



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 30 de septiembre del 2020

Ing. Pedro Albuquerque

DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. El informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **“Análisis de responsabilidad social empresarial: caso empresa de servicios de alojamiento Hawaii, 2018 -2019”**, de la estudiante (s) Peñafiel Quimiz Jenny Leonor. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 14 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 10 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

GUERRERO CORTEZ VLADIMIR ALEXANDER
C.I. 0914205034



***FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN***

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis de Grado a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron en la realización de este trabajo. De manera especial a mis queridos padres: Francisca Quimiz y Segundo Peñafiel quien con su presencia y esfuerzo lograron incentivar me para poder cumplir y culminar con éxito otra etapa más de mi vida y así alcanzar un peldaño en mi formación académica.

A mis hijos Crithian y Santiago, son mi gran inspiración y que este triunfo les sirva de ejemplo en sus vidas.

A mis compañeros de aula, maestros, y tutor por todo el cariño que siempre existió, horas dedicadas a compartir sus conocimientos para la cristalización de este sueño.



***FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN***

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida, salud y la dicha de seguir adelante cada día y por su infinita misericordia al haberme concedido culminar este trabajo de investigación.

A mis padres e hijos porque con su apoyo constante, me motivaron a cumplir con éxito una meta más.

A mis profesores que con dedicación nobleza y sacrificio han realizado un valioso aporte en mi formación académica al impartirme sus sabios conocimientos.

A mi tutor Ing. Oswaldo Martillo Mieles que desde el comienzo de la ejecución del trabajo supo guiarme en el proceso con sus sabios conocimientos, paciencia y dedicación.

ÍNDICE GENERAL

<i>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</i>	ii
<i>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</i>	iii
<i>INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS</i>	iii
<i>UNIDAD DE TITULACIÓN</i>	iii
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	iii
ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iv
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	v
ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR	vi
<i>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</i>	vii
<i>INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS</i>	vii
<i>UNIDAD DE TITULACIÓN</i>	vii
DEDICATORIA	vii
<i>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</i>	viii
<i>INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS</i>	viii
<i>UNIDAD DE TITULACIÓN</i>	viii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
<i>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</i>	xv
<i>INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS</i>	xv

<i>UNIDAD DE TITULACIÓN</i>	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
<i>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</i>	xvi
<i>INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS</i>	xvi
<i>UNIDAD DE TITULACIÓN</i>	xvi
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1 Antecedentes del problema	3
1.2 Delimitación del problema.....	5
Formulación del Problema.....	5
Interrogantes	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. El objeto de estudio	6
1.5. El campo de investigación	7
1.6 Objetivo general	7
1.6 Objetivos específicos	7
CAPITULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Teoría Generales.....	8
2.1.1 Responsabilidad social.....	8
2.1.2 Responsabilidad social empresarial.....	13
2.2 Teoría Sustantivas	17
2.2.1 La responsabilidad social empresarial y su dimensión integral	17

2.2.3 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	19
2.2.4 Condición económica personal.	22
2.2.5 Responsabilidad social empresarial y filantropía, sus diferencias	22
2.2.7 Liquidez	25
2.3 Marco Contextual	25
CAPITULO III	31
MARCO METODOLÓGICO	31
3.1 Enfoque de investigación.....	31
3.2 Tipo de investigación.....	33
3.3 Diseño de investigación.	33
3.4 Población y muestra.....	34
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	35
3.6 Encuestas.....	36
CAPITULO IV	38
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS	38
4.1 Presentación de resultados	38
4.2 Propuesta.	46
4.3 Estrategias de responsabilidad social empresarial.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
Bibliografía.....	54
ANEXOS.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tiempo laborando en el Hotel Hawai.	38
Tabla 2. Cuantas personas económicamente dependen de Usted.	39
Tabla 3. Capacitaciones recibidas por la empresa.	40
Tabla 4. Capacitaciones recibidas le sirvieron para mejoras de ingresos.	41
Tabla 5. Ha recibido crédito de la empresa para implementar proyecto.	42
Tabla 6. Valor de sus propiedades son superiores a sus deudas.	43
Tabla 7. Acciones de reciclaje en puesto de trabajo.	44
Tabla 8. Medidas de ahorro de agua y energía.	45
Tabla 9. Consumo de agua.	47
Tabla 10. Consumo de energía.	47
Tabla 11. Consumo de botellas plásticas.	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Trilogía de Responsabilidad Social Empresarial, medio ambiente, bienestar social, reputación y rentabilidad.	3
Figura 2. Influencias positivas de la RSE en la competitividad de las empresas.	15
Figura 3. Organigrama Funcional, elaborado por la autora.	27
Figura 4. Ubicación de Hotel Norte.	28
Figura 5. Ubicación de Hotel Sur.	29
Figura 6. Años laborando en Hawai.	38
Figura 7. Personas dependen económicamente.	39
Figura 8. Empleados que han recibido capacitación.	40
Figura 9. Mejoraron los ingresos personales.	41
Figura 10. Apoyo recibido por proyectos personales.	42
Figura 11. Activos superiores a sus pasivos, resultados de la encuesta.	43
Figura 12. Acciones de reciclaje , resultados de la encuesta.	44
Figura 13. Medidas de ahorro , resultados de la encuesta.	45

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Código del Trabajo	57
-----------------------------------	----



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“ANÁLISIS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
CASO EMPRESA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO HAWAI, 2018 –
2019.”**

AUTORA:

Peñañiel Quimiz Jenny Leonor

TUTOR:

ING. Martillo Mieles Oswaldo, MAE

RESUMEN EJECUTIVO.

Hotel Hawaii es una empresa que se dedica al servicio de alojamiento y cuenta con dos establecimientos uno en el sector norte y otro en el sur de Guayaquil, da empleo directo a 34 personas y alrededor de 560 de manera indirecta. Se encuentra en el mercado desde hace 15 años. La Dirección realiza actividades que presume son de Responsabilidad Social Empresarial, pero posiblemente estas actividades no se enmarquen en lo exigido por la gestión de responsabilidad social empresarial, entonces se hace necesario caracterizar estas actividades para categorizarlas como socialmente responsables. El objetivo de la investigación es determinar la influencia que ejerce responsabilidad social empresarial sobre la economía de los trabajadores del hotel Hawaii de la ciudad de Guayaquil. La metodología seguida incluye enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y explicativo, se realizará entrevistas de profundidad a los empleados de la empresa, la muestra fue escogida mediante el método no aleatorio y por conveniencia. Finalizada la investigación se debe reconocer que con sus empleados el Hotel Hawaii emplea prácticas de RSE, y gracias a ello sus empleados gozan de solvencia, ha logrado su fidelidad y los ha apoyado capacitándolos para fortalecer sus capacidad y mejorar sus ingresos, sin embargo, no practica acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente (agua, energía y reciclaje), además no se han realizado acciones que favorezcan a la comunidad, por estos hallazgos se puede concluir que el Hotel Hawaii no es socialmente responsables en el sentido amplio del concepto.

Palabras clave:

Responsabilidad social empresarial, Hotel Hawaii, método cualitativo, solvencia, aspectos económicos.



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“ ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: CASE OF THE
HAWAI ACCOMMODATION SERVICES COMPANY, 2018 - 2019. ”**

AUTHOR:

Peñañiel Quimiz Jenny Leonor

ADVISOR:

ING. Martillo Mieles Oswaldo, MAE

ABSTRACT

Hotel Hawaii is a company dedicated to the accommodation service and has two establishments, one in the northern sector and the other in the south of Guayaquil, employing 34 people directly and around 560 indirectly. It has been on the market for 15 years. The Directorate carries out activities that it presumes are Corporate Social Responsibility, but possibly these activities do not fall within what is required by the management of corporate social responsibility, so it is necessary to characterize these activities to categorize them as socially responsible. The objective of the research is to determine the influence that corporate social responsibility exerts on the economy of the workers of the Hawaii hotel in the city of Guayaquil. The methodology followed includes a quantitative, descriptive and explanatory approach, in-depth interviews are conducted with the company's employees, the sample was chosen through the non-random method and for convenience. Once the investigation is completed, it must be recognized that with its employees, the Hawaii hotel uses CSR practices, and thanks to this, its employees enjoy solvency, it has achieved their loyalty and has supported them by training them to strengthen their capacity and improve their income, however, it does not practice actions that contribute to the care of the environment (water, energy and recycling), in addition there have been no actions that favor the community, from these findings it can be concluded that the Hawaii hotel is not socially responsible in the broad sense of the concept.

Keywords:

Corporate social responsibility, Hotel Hawaii, qualitative method, solvency, economic aspects.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de la responsabilidad social empresarial (RSE), que se puede definir como la capacidad que tiene una empresa para escuchar, atender, comprender y satisfacer las legítimas expectativas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo, orientando sus actividades a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se beneficien de su actividad comercial, así como al cuidado y preservación de su entorno. Para analizar la RSE es necesario de mencionar sus dimensiones. Una de ellas es la rentabilidad de la empresa. Se entiende como rentabilidad a la generación de beneficios suficientes en relación con sus activos. Otros los componen los grupos de interés (empleados, accionistas, proveedores y entorno social). Finalmente, la naturaleza y todo lo que ella significa (agua, energía, contaminación, reciclaje).

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre la responsabilidad social empresarial, como mecanismo que busca la sostenibilidad a largo plazo de sus grupos de interés, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta de indicadores, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias administrativas, ya que se estaría demostrando que los empresarios además de los utilidades, también deben preocuparse del medio ambiente y de su relación con la sociedad, si quieren que la empresa sea sostenible en el tiempo.

El objetivo de la investigación es determinar la influencia que ejerce responsabilidad social empresarial sobre la economía de los trabajadores del hotel Hawaii de la ciudad de Guayaquil.

Para alcanzar el objetivo antes propuesto se desarrollan cuatro capítulos, en el primero se plasma la problemática a investigar, se definen los objetivos, además de su

justificación. En el segundo capítulo se hace recopilación de diferentes conceptos de RSE, sus dimensiones, características y estrategias para alcanzar la RSE. En el capítulo tres se realiza la investigación empírica, plantea seguir un método cualitativo, se realizan preguntas de profundidad a los empleados del hotel Hawai y se realiza una observación del ambiente laboral. En el capítulo cuatro se presenta una propuesta para implementar y desarrollar estrategias que lleven a la empresa a la RSE.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema

La mayoría de las empresas tienen como objetivo supremo las utilidades o beneficios para los accionistas, cumplir con las aspiraciones económicas de los propietarios del negocio; objetivo que en muchas ocasiones se cumple sin considerar a los grupos de interés, ni a la naturaleza. Las empresas que buscan su sostenibilidad a largo plazo no solo deben buscar el beneficio para sus accionistas, sino también para los grupos humanos relacionados con la organización (empleados, proveedores, comunidad, gobierno, etc) y el medio ambiente que lo rodea.



Figura 1. Trilogía de Responsabilidad Social Empresarial, medio ambiente, bienestar social, reputación y rentabilidad.

La RSE es un concepto que abarca algo más del cumplimiento de las normas y leyes, va más allá de cumplir con leyes laborales y ambientales, estas son consideradas como el punto de partida, desde aquí todo lo que la empresa haga en favor de sus

trabajadores y del medio ambiente podrían ser consideradas acciones de RSE. Se parte del enfoque de que las leyes son de carácter obligatoria, mientras que la RSE es voluntaria. Las leyes y normas la empresa debe cumplirlas porque son de carácter impositiva y no opcional, deben observarla y acatarlas por el simple hecho de sus razones sociales, por su naturaleza. Sería difícil de creer que una organización realizara actividades de responsabilidad social, mientras no cumpla con lo mínimo que disponen las normas y leyes laborales como las ambientales.

Administrar y gestionar con RSE, significa la búsqueda constante del equilibrio entre las áreas ambiental, social y económica, es decir toda la práctica administrativa debe estar direccionada a la armonización de salud económica de la empresa, bienestar del grupo de interés y la naturaleza. Aunque el concepto de RSE parezca un concepto nuevo y novedoso, tiene antecedentes que nacen desde el siglo XIX, con el inicio del asociacionismo y cooperativismo, modelos de agrupación social que buscan la eficacia de la empresa conjugándola con el bienestar comunitario, la autoayuda y principios democráticos.

Hotel Hawaii es una empresa que se dedica al servicio de alojamiento y cuenta con dos establecimientos uno en el sector norte y otro en el sur de Guayaquil, da empleo directo a 34 personas y alrededor de 560 de manera indirecta. Se encuentra en el mercado desde hace 15 años.

La empresa realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial, o al menos cree que las hace, la Dirección realiza actividades que benefician a sus trabajadores y evita realizar gestiones que lesionen el medioambiente, pero posiblemente estas actividades no se enmarquen en lo exigido por la gestión de responsabilidad social empresarial.

1.2 Delimitación del problema

Es tema de moda que la administración debe girar en torno al trato responsable de todos grupos sociales relacionados con la empresa, tales como clientes, colaboradores, accionistas, proveedores, comunidad y con el medio ambiente. Deben preocuparse por la construcción de una sociedad amigable con la empresa. El único objetivo no debe ser las utilidades, también lo debe ser contribuir con los grupos relacionados para que enfrenten las agresiones propias de la globalización y compartir prácticas éticas para generar relaciones de largo plazo. La RSE se escucha simpático, suena muy bien y es un buen discurso empresarial. Sin embargo, existe confusión en el ámbito empresarial de lo que realmente significa, algunos empresarios se declaran socialmente responsables, porque realizan algunas actividades que podrían ser consideradas de beneficencia o voluntarias, que no generan bienestar en el largo plazo de sus beneficiarios, desconociendo las dimensiones y prácticas de la RSE.

Ante esta situación surgen las siguientes preguntas de investigación:

Formulación del Problema

¿Las acciones que emprende el hotel Hawai son filantropías o son acciones que buscan la sostenibilidad a largo plazo de sus trabajadores?

Interrogantes

- ¿Es una empresa socialmente responsable?
- ¿Qué acciones de RSE efectúa?
- ¿Se logran beneficios por ser socialmente responsables?

1.3. Justificación

Según Bernal (2010) en un estudio, en la justificación se describe los motivos del porqué y el ¿para qué? del estudio que se realizara, en otras palabras, justificar una

investigación es mostrar las razones por los cuales es relevante realizar la respectiva investigación. En relación a la justificación giran tres dimensiones o tipos de justificación, que son: práctica, teórica, y metodológica. Sin embargo, esto no significa que las tres deben estar presentes en una investigación, esto depende de cada problemática a investigar.

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre la responsabilidad social empresarial, como mecanismo que busca la sostenibilidad a largo plazo de sus grupos de interés, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta de indicadores, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias administrativas, ya que se estaría demostrando que los empresarios además de los utilidades, también deben preocuparse del medio ambiente y de su relación con la sociedad, si quieren que la empresa sea sostenible en el tiempo.

La justificación práctica es la más importante debido a que la investigación cuenta con la aprobación de los propietarios, quienes se han comprometido a proporcionar todos los recursos humanos, materiales y económicos para su ejecución, la empresa adoptara los resultados de la investigación para beneficio propio, medio ambiente y grupo sociales y en especial de sus trabajadores

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño de la responsabilidad empresarial en las empresas ecuatorianas, con el empleo de investigación bibliográfica, de campo y un instrumento de recolección de datos que será publicado para que otros investigadores pueden replicar la investigación.

1.4. El objeto de estudio

El objeto de estudio es el apartado de la investigación donde se detalla qué es lo que se quiere saber con exactitud. Esta dimensión de la investigación nace desde una

inquietud o problemática observada, molestia que puede ser de un grupo social o sentida por el investigador. En este sentido el objeto de estudio de la presente investigación es:

Influencia de la responsabilidad social empresarial en la sostenibilidad a largo plazo de los trabajadores de la empresa Hawái de la ciudad de Guayaquil.

1.5. El campo de investigación

Monitoreo de la situación económica de los trabajadores de la empresa Hawaii de la ciudad de Guayaquil.

1.6 Objetivo general

Determinar la influencia que ejerce la responsabilidad social empresarial sobre la economía de los trabajadores del hotel Hawaii de la ciudad de Guayaquil.

1.6 Objetivos específicos

- Identificar los criterios que debe cumplir una empresa socialmente responsable.
- Describir las estrategias que se deben desarrollar para fomentar la responsabilidad social en el hotel Hawaii.
- Caracterizar las acciones socialmente responsables realizada por la empresa Hawaii en beneficio de sus colaboradores.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Teoría Generales

2.1.1 Responsabilidad social

Hace ya más de un siglo se comenzó a conocer los parámetros sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), con la conocida Ley Antimonopolio Sherman, publicada el 2 de julio de 1890. Esta ley mostró la necesidad de regulación y control en el entorno empresarial, buscando de esta manera proteger los intereses individuales y colectivos de la sociedad. Esta ley explica que

“Todo contrato o combinación en la forma de trust o colusión, en restricción del intercambio o libre comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, es declarado ilegal” (Sherman, 1890)

En este mismo sentido, surge la RSE obligatoria después de la crisis económica de la década de 1930, encadenada a una extrema pobreza, seguida de la Segunda Guerra Mundial en 1945 y una crisis ambiental y social, podría decirse incluso civilizatoria, en donde comienzan aparecer limitaciones medioambientales, que obligan a entes supranacionales a la creación de regulaciones y decretos que propenden por el cuidado y recuperación del ambiente, aplicadas a todos los continentes, con las que se busca disminuir y controlar los daños causados al medioambiente por parte del ser humano (Raufflet & Lozano, 2012).

En el período de los ochenta, surge la responsabilidad social empresarial voluntaria, época en donde, gran segmento del orbe había acogido un modelo de desarrollo y progreso asentado en el alto utilización de recursos, ambas tendencias en total contraposición, la primera surge a limitar a la segunda; como para profundizar la

distancia, se hace más notoria la internacionalización de la riqueza, un modelo de negociar abierto y excesivo entre diferentes partes del universo, acompañada de políticas de emancipación y desregulación del mercado, hasta llegar a lograr que el impacto que generan las organizaciones, hoy transfieran las fronteras, sean globales, la afectación llega a todos los lugares donde se asiente la empresa (Perdiguero & García, 2005).

La responsabilidad social empresarial voluntaria, nace para enfrentar al enriquecimiento desmedido de las empresas y como medida protección a la sociedad, para ello dispone de medidas que deben ser aplicadas de forma voluntarias que aportan, de alguna forma, al fortalecimiento, desarrollo y progreso de la calidad de la vida de un determinado grupo social, de esta manera, presentar las consecuencias de las acciones, en cualidades y consecuencias positivas (Olcese, Rodríguez, & Alfaro, 2008).

La finalidad de este trabajo investigativo es conocer los hitos que graban el avance del concepto de responsabilidad social (RSE), y al fin de la investigación presentar las normas actualizadas, indicadores y formas de certificarse. Para alcanzar este fin la tesis al principio, identifica los conceptos a los que han llegado otros investigadores; después hace una revisión de las condiciones en la que se encuentra RSE en la empresa Hawaii; y finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas a partir de la investigación de campo, documental con sus referentes conceptuales y propuesta para que la empresa emprenda el camino a la responsabilidad social.

(Bowen's, 1963) empezó la investigación de la RSE que las plasmó en su libro *Social Responsibilities of the Businessman*. El autor concluye en forma categórica que todas las decisiones y acciones que tome el empresario afecta de forma directa a la

personalidad y calidad de la otra parte de la sociedad. Se puede afirmar que el empresario que decide a expensa del bienestar comunitario, deteriora las relaciones que la empresa tenga con los grupos sociales que giran en su entorno; hace notar la poca importancia que tiene para él la sociedad y deja ver su grado de inconsciencia del impacto que genera su transacciones en la economía global, él cree que es una parte sin importancia y que actos pasan desapercibido ante el resto de la comunidad, están tan equivocado, porque sus actos inciden en el empleo, economía y generación de riqueza de la nación por ejemplo, es más, es un variable influyente progreso económico, en la distribución de la riqueza. La decisión egoísta sin quererlo el empresario causa en sus colaboradores baja moral de la fuerza laboral y en consecuencia baja también la productividad, aumenta la inseguridad del personal; incluso se incrementa el uso de recursos haciendo ineficiente el negocio.

Para (Bowen's, 1963), la RSE

“se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”

En otras palabras, el hombre de negocio debe ser predispuesto al servicio de la sociedad en vez pensar solo en las utilidades, tenerlas como objetivo principal de la empresa.

Al fin, el autor concluye que los empresarios se ocupan de la responsabilidad social, en primer lugar porque la empresa está en un entorno donde se debe cumplir las regulaciones pública; en segundo lugar porque son convencidos de tomar en cuenta la responsabilidad social, y, tercer lugar, la RS surge como resultado de la disociación entre posesión y control administrativo de la empresa; la administración de la empresa

está en manos de administradores profesionales que tienen objetivos distintos al de los propietarios, los últimos solo buscan las utilidades y esperan el mayor rendimiento por su inversión, mientras que los primeros buscan mantenerse en el tiempo. Todo apunta a que razón de ser de la empresa es social y por tanto sus acciones deben estar orientadas a mejorar el nivel de vida de la sociedad.

Ante la situación planteada, para los empresarios y no empresarios debe existir una “conciencia corporativa”, es decir, un reconocimiento de la gestión de la obligación de la sociedad a la que sirve no sólo por el rendimiento económico máximo, sino también por el desarrollo social humano y construcción de políticas (Gadow, 2010).

Resulta de fácil observar, que, en este periodo inicial de la RSE, esta demandaba como principio el máximo beneficio económico y social.

Con referencia a lo anterior,

“la responsabilidad social en el análisis final implica una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y una buena voluntad de considerar que esos recursos están utilizados para fines sociales y no simplemente para los intereses de personas privadas y de empresas” (Sierra, 2009).

Este investigador al final de su trabajo concluye que existen tres opiniones sobre la RSE que predominan en esta era: el enfoque del administrador de empresas públicas, el balance entre el alcance de los recursos de la empresa y la filantropía empresarial reflejadas en el apoyo de la empresa a causas altruistas.

El progreso del concepto de responsabilidad social empresarial, investiga a través del tiempo la función que tenía la RSE en las organizaciones de esos tiempos y de qué forma los hombres de negocios debían aplicar disposiciones responsables con la sociedad, para que estos sean aceptados y relacionados con la responsabilidad social. La organización tiene transacciones con la sociedad que son algo más que un negocio, puramente económico, los negocios abarcan hasta los intereses de los grupos asociados que están dentro o fuera de la empresa, estos deben ser justos como aspecto primordial en la realización de los negocios. (Marín, 2004)

Desde la década del 2000, se insertan nuevas categorías al concepto de responsabilidad social empresarial como lo son el desarrollo sostenido, la ética en las transacciones comerciales, los negocios inclusivos, entre otras dimensiones. En este sentido la Comisión de las Comunidades Europeas (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2011), define la responsabilidad social como:

Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2011).

La competencia entre empresas inicia a jugar un papel relevante en las empresas hasta llegar a ser una contienda internacional.

Según (Vives, 2011) afirma que “las naciones y las regiones no compiten entre sí y que su prosperidad está determinada por la competitividad y la productividad de sus empresas, poniendo en evidencia cómo el centro del

éxito competitivo tiene un carácter cada vez más local, planteamientos que se ajustan a la idea del desarrollo como una perspectiva desde lo local o la nueva geografía económica”

Basado en lo antes expuesto, la finalidad de las empresas además de perseguir beneficios económicos, también es crear valor compartido.

(Porter & Kramer, 2006) afirman que “percibir la responsabilidad social como la construcción de valor compartido y no como un control de daños o una campaña de relaciones públicas, requerirá un pensamiento de negocios radicalmente distinto”.

Esta distinción de las empresas debe tener una acertada dimensión social, siempre reconocida como su estrategia principal. Siguiendo el concepto de responsabilidad social empresarial emitido por la (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2011), que la presenta en su Libro Verde, aclara que la que es importante crear valor, mediante la producción de bienes y servicios que estén condicionados a satisfacer las necesidades de la sociedad, que proporcionen beneficios para todos los grupos sociales. Sin embargo, al igual que los primeros estudios de la responsabilidad social empresarial recomiendan el empleo de indicadores, el cumplimiento de las normas y certificarse como una empresa socialmente responsable.

2.1.2 Responsabilidad social empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un aporte al progreso del ser humano de forma sostenible, por medio de la confianza y compromiso de la organización hacia sus colaboradores, así como para los familiares de éstos, la comunidad en general y la local, con la finalidad de desarrollar el capital social, así como la calidad de vida de toda la sociedad (Medina, 2006).

La finalidad primordial de la responsabilidad social empresarial es el efecto positivo que provoca en la práctica social, que se traduce en el desarrollo de la competitividad, así como la sostenibilidad de la empresa. El estar comprometido con la sociedad creará automáticamente incremento en la productividad, ya que un progreso en el ambiente laboral como consecuencia optimiza su eficacia. (Porto & Castromán, 2006)

La responsabilidad social empresarial se localiza, en 3 aristas: protección al medio ambiente, mejorar la condición de vida de los grupos de interés y conservar la rentabilidad de la organización.

La responsabilidad social empresarial es un instrumento que proporciona mejorías en la calidad de sus colaboradores. La RSE es una actividad que genera lazos que unen a la empresa con sus colaboradores y mejora el ambiente laboral, relaciones importantes que incrementan la productividad. Es indiscutible que, estando los colaboradores satisfechos con su trabajo, los resultados serán mejores (Ramos, 2006).

La RSE influye efectivamente la competitividad de la empresa en las siguientes formas:

- Mejora el producto, así como a los procesos de fabricación, lo que provoca un incremento en la lealtad y satisfacción del cliente.
- Mejora fidelidad y motivación de los colaboradores, que revierte en el incremento en su innovación y creatividad.
- Mejora la presencia ante el público, debido a reconocimientos de la sociedad por su relación con los grupos interesados y la comunidad.

- Mejora la posición de la empresa ante el mercado laboral y mejora relación con otros grupos empresariales y el gobierno local y nacional, mejora el camino a los beneficios públicos gracias al incremento de la imagen corporativa.
- El coste disminuye y se incrementa la rentabilidad, como consecuencia de mejoría en la eficiencia y en el mejor uso del recurso humano, además de la productividad.
- Aumento en las ventas e ingresos como resultado de las variables antes citadas.



Figura 2. Influencias positivas de la RSE en la competitividad de las empresas.

Criterios que debe cumplir una empresa socialmente responsable

Para (Porto & Castromán, 2006) los criterios que deben practicar las empresas socialmente responsables son cuatro.

Contribuir a la calidad de vida de sus colaboradores. La empresa genera puesto de trabajo, además de pagar sus remuneraciones, sueldos que deben ser razonables y pagados a tiempo (Barroso, 2007), con la intención de apoyar el desarrollo de sus colaboradores y de mejorar la calidad de vida. A par de estas acciones

empresariales, los colaboradores, con sus sueldos, provocan el adelanto de los poblados donde viven. Además, la organización deben optimizar el clima de la empresa y la calidad de vida sus trabajadores mediante la capacitación constante, control adecuado, correcto intercambio de información y trato decente a las personas. El progreso de las destrezas de información en la empresa, el incremento de la autoestima, la gestión de las finanzas individuales, fortalecer los equipos de trabajo y evitar las adicciones, todas estas acciones provocan un efecto positivo en la organización.

Atención y conservación al medio ambiente. Para las empresas es sumamente importante el cuidado del medio que lo rodea e impulsar en sus colaboradores y familiares el ánimo para conservarlo. Además se quiere que los proveedores tengan el mismo cuidado del medio ambiente, porque responsabilidad social es ejecutar de forma voluntaria acciones en favor del medio que rodea a la empresa, más allá del cumplimiento de las normas ambientales, es necesario avivar los valores para que voluntariamente se tenga los efectos positivos deseados. De ser necesario se debe buscar asesoramiento de especialistas ambientales.

Accionar bajo las normas de un código de ética. La aplicación de la ética permitirá a la empresa conservar acuerdos de calidad con sus clientes y proveedores. Estas buenas relaciones motivan a otros proveedores y clientes hacer negocios con la empresa, provocando el incremento de las ventas y los ingresos como resultado. Por otro lado (Correa, Gallopin, & Núñez, 2005) están de acuerdo en que la RSE lleva al incremento de las ganancias, como consecuencia de la mejoría en la imagen de la organización y más confianza de los grupos de interés. Se practica una relación donde todos ganan.

Generar puentes con la colectividad mediante la misión de la empresa, pero, además con los bienes y servicios fabricados. Según Barroso (2007) es de esperarse que las empresas realicen labores que fomenten en el desarrollo de los grupos sociales y que se unan a las causas sociales y de buen vivir público, además de proporcionar una simple filantropía. Las filantropías no están declaradas en la misión o visión de la empresa, son intermitentes e inesperadas, sobre todo porque el impacto provocado no puede cuantificarse. El fin perseguido es mejorar las relaciones con la comunidad y para ello es necesario compartir proyectos y programas que beneficien a la sociedad y a la empresa, la colaboración debe ser activa y voluntaria, mediante el obsequio de recursos a muchas instituciones de ayuda humanitaria, entregar becas a niños y jóvenes que habiten en la comunidad, además de asistir técnicamente en construcción de obras promovidas por colectividades sin fines de lucro. Se trata de participar activamente y no sólo de dar.

Las empresas para que sean tildadas como socialmente responsables deben practicar con los cuatro ámbitos de la RSE, pero al mismo tiempo. Si la empresa solo practica alguno, se dice que realiza acciones de obligación empresarial con la comunidad, pero de ninguna manera se puede decir que son socialmente responsables. Es decir, si la empresa no percibe a la RSE como un elemento importante en las relaciones comerciales de largo plazo, ésta se mantiene como una combinación semántica con características de cumplimiento/evasión y filantropía social que, en cualquier momento puede abandonarse (Sánchez, M., & A., 2007).

2.2 Teoría Sustantivas

2.2.1 La responsabilidad social empresarial y su dimensión integral

La dimensión integral en la RSE involucra el análisis y el esclarecimiento del alcance que la empresa tendrá, en correspondencia con las diferentes necesidades,

intereses y valores que forman el quehacer y ser del ente humano y de los grupos sociales con los que interactúa la empresa; es así como los niveles de responsabilidad se entienden y agrupan. (Rochlin, 2005)

La RSE en su **dimensión económica interna**, su compromiso se orienta hacia la generación y repartición del valor agregado entre sus accionistas y colaboradores, tomando en cuenta las condiciones de mercado, así como la ecuanimidad y justicia. La empresa debe ser sustentable, generando utilidades y manteniéndose viva y pujante.

La **dimensión económica externa** en la RSE, involucra la manufactura y comercialización del servicio y productos necesarios y beneficiosos para la sociedad, además de su contribución a los fines públicos por medio del pago de tributos. Asimismo, la organización debe ser participe en el desarrollo de planes económicos de la región y país donde opera.

La **dimensión social interna** en la RSE, involucra el compromiso compartido y subsidiario del inversionista, directivo, trabajadores y proveedores para fomentar y cuidar la calidad de vida en el lugar de trabajo.

La **dimensión política externa y sociocultural** en la RSE, concreta la ejecución de ejercicios y contribuciones propias y colectivas seleccionadas para ayudar con recursos y tiempo al desarrollo de condiciones que admitan y ayuden al esparcimiento del espíritu empresarial, además de propiciar el desarrollo de las colectividades y, provocando, un ambiente de mercado próspero para el progreso de su negocio.

La **dimensión ecológica interna** en la RSE, involucra el compromiso global sobre las consecuencias ambientales de los sistemas, bienes y subproductos; y, debe

comprometerse a subsanar cualquier daño ambiental o a su vez tomar medidas de prevención.

La **dimensión ecológica externa** de la RSE, involucra el compromiso de ejecución de trabajos específicos para ayudar a la conservación y progreso del medio ambiente común para el bien del ser humano actual y futuro.

Finalmente, el análisis de cada una de las dimensiones nos traslada a una estrategia de acción determinada para que cada organización proceda de acuerdo a su propia realidad, se empodere y asuma los costos de la ejecución de proyectos de manera individual o en conjunto con otros involucrados en el que hacer de la responsabilidad social.

2.2.2 Líneas estratégicas

“La Responsabilidad Social Empresarial sólo se comprende reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa” (Somoggi, 2005)

Estas pueden ser influenciadas por subtemas, que varían de acuerdo al sector o país, en donde la empresa opera. Estos son:

- Gobierno y ética empresarial.
- Mejores condiciones de trabajo en la empresa.
- Responsabilidad y vinculación con la comunidad y su progreso.
- Preservar y cuidar el medioambiente.

2.2.3 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Según (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2003) los principios de la Responsabilidad Social Empresarial reconocen a

ámbitos corporativos internacionales, y es la comprensión y la ampliación perpetúa de esos principios lo que certifica la consumación triunfante:

- Respeto al decoro del ser humano
- Plazas de trabajo dignas.
- Adhesión
- Apoyo al buen vivir común.
- Compromiso.
- Compañerismo.
- Ética en las transacciones comerciales.
- Evitar los negocios ilegales.
- Vinculación con la colectividad.
- Rendición de cuentas.
- Moralidad y honestidad.
- Justicia e imparcialidad.
- Corporativos
- Progreso social.

Sustentando en lo expuesto con anterioridad, se dice que una empresa es socialmente responsable cuando toma la ciudadanía como un fragmento de su propósito, cimentando su visión y su responsabilidad social en trabajos y principios que favorezcan al negocio, además de impactar efectivamente en la sociedad donde opera. Instituyendo, además, basado en los principios, se comprometa a disminuir los impactos negativos de las operaciones, mediante un decidido y abierto sistema de comunicación con los grupos sociales. (McGuire, 2003)

Una condición inmutable para que las acciones sean consideradas de responsabilidad social, es que sean voluntarias y lleguen más allá de aquellas obligaciones impuestas por ley, pero que se sujeten al ordenamiento jurídico. En conclusión, la RSE reclama acatamiento de los valores generalmente reconocidos y del marco jurídico bajo el cual opera.

Con lo que, además, la empresa puede contribuir al desarrollo del país al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de sus actividades principales; realizar inversiones sociales y filantropía estratégica e involucrarse en el debate de políticas públicas a nivel local, nacional e internacional, entre otras muchas acciones. (Peinado, 2006)

Practicar filantropía no se debe confundir con prácticas de responsabilidad social, ya sea en ámbito de la ética o del medio ambiente, ni con ninguna otra dimensión de la responsabilidad, las practicas filantrópicas empresariales no conllevan parámetros de comprobación ni de informes de impacto; las prácticas de RSE exigen rendición de cuentas y transparencia.

Se puede afirmar, entonces, que la RSE se representa además en la actitud y en la comprensión de una organización enfocada a conservar el equilibrio entre el progreso de la sociedad, el ambiente sustentable, y la viabilidad económica y mercantil de la empresa misma.

. Según (Perrow, 2010) “La aspiración de una empresa por la responsabilidad social se fundamenta en el reconocimiento de la mutua interdependencia de todos los actores sociales, económicos y ambientales afectados positiva o negativamente por la actividad de la organización, y por lo tanto en el reconocimiento de que todos ellos cuentan con intereses legítimos sobre estas actividades”

2.2.4 Condición económica personal.

Condición económica se describe como el conjunto de propiedades que pertenecen al patrimonio de un individuo, también llamada. Es decir, se refiere, al patrimonio de una persona. Una persona puede afirmar que dispone de buena salud económica cuando sus pertenencias son importantes. Entonces, se trata de la cuantía de activos y bienes que tiene una persona. Es el término más cercano del buen movimiento de la economía de un individuo.

El mayor valor de la condición económica personal se consigue de los flujos de efectivos que en el futuro obtendrá una persona: es el mayor saldo positivo entre las entradas de efectivo menos la salida del mismo proyectado. La realidad económica de una persona es, además, consecuencia de una buena gestión laboral, aprovechamiento de los gastos y de la administración de los recursos, actividades que al fin de cuenta resultan con la capacidad de ahorro o de inversión del individuo.

Otra manera de explicar que una persona goza una buena condición económica, es manteniendo beneficios económicos en el largo plazo.

Un concepto cercano a la condición económica, es la situación financiera saludable, se dice que una persona goza de buena situación financiera cuando puede atender a tiempo sus cuentas por pagar, la situación financiera personal está ligada a la situación de liquidez. La liquidez es una del resultado de qué un individuo mantenga resultados favorables entre los ingresos y sus egresos en el corto plazo, como resultado de su trabajo, inversiones y financiamiento.

2.2 5 Responsabilidad social empresarial y filantropía, sus diferencias

La filantropía con responsabilidad social empresarial (RSE) no tiene el mismo significado, sin embargo, tienen algunas características similares. A continuación, se

presentan una definición de cada una con la intención de aclarar cada uno de los conceptos.

Filantropía empresarial

Filantropía, es una palabra utilizada por primera vez por el soberano romano Flavio Claudio, a fines del siglo tercero. Flavio, en su tentativa de reponer la herejía que sobresalió en el imperio romano mucho antes de la venida del cristianismo, buscó suceder al concepto del cristianismo, proporcionándole un significado muy aparte de la religión católica. De esta manera impulso el uso de la palabra filantropía antes que caridad.

Etimológicamente hablando filantropía es, amor al hombre o a la humanidad, como se puede observar su significado está ligado a la caridad, entonces caridad y filantropía tiene diferentes alcances. Por un lado, la caridad es un vocablo que se relaciona con la religión y busca solucionar un problema de forma rápida e inmediata, por el otro lado la filantropía empresarial se relaciona con el contexto humanista y no de tipo religioso; además su finalidad es el cambio de largo plazo a través de eventos sociales, así como los ambientales ejecutados por la empresa.

La filantropía se los puede considerar gastos por los cuales la empresa no espera retorno económico, tampoco están en línea con las estrategias de la empresa; es la gran diferencia entre responsabilidad social empresarial y filantropía.

La responsabilidad social empresarial si busca obtener réditos económicos, los empleados de empresas socialmente responsables y que son motivados a ser voluntarios, tiene a desertar menos de sus puestos de trabajo y disminuye el ausentismo gracias a que disfrutaban más de sus puestos de trabajo y están menos dispuestos a dejarlos.

Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social y la filantropía empresarial sin discusión alguna están muy relacionadas, hasta se podría afirmar que la filantropía es un apéndice de la RSE.

La RSE es un aporte activo y voluntario con enfoque social, económico y ambiental, que debe estar declarado en la misión de la empresa, su finalidad es el mejoramiento de la competitividad, contribuye a incrementar valor de la empresa, favorece a sus colaboradores y a todas las comunidades que integran su entorno de operación.

El aporte voluntario nace del giro mismo de la empresa, de su actividad principal, de su razón de ser, he aquí la gran diferencia con la filantropía, estas ayudas o financiamiento de proyectos sociales, están relacionadas con el giro mismo del negocio de la organización y por su puesto el impacto recae sobre las comunidades que la rodean, beneficiando al medio ambiente y a empresa misma.

En conclusión, no es lo mismo filantropía que RSE, y las empresas deben tener claro a que concepto se alinean sus acciones que benefician al medio ambiente y las comunidades cercanas a la empresa. Sin no tienen la diferenciación clara se puede caer en el error de colocar recursos en filantropía, pensando que se lo hacen en la responsabilidad social empresarial.

2.2.6 Solvencia

Solvencia es la capacidad que tiene una empresa o individuo para cumplir con el pago de sus cuentas por pagar, pero en el largo plazo. Para analizar la solvencia es necesario incluir todos los adeudos, incluyendo los de corto y largo plazo y todos los activos, igual de corto y largo plazo. La solvencia es un indicador muy utilizado en el análisis financiero, para valorar la salud económica y financiera de un ente natural o jurídico, principalmente en el ámbito bancario. Es costumbre de los bancos indagar

sobre la solvencia de sus deudores y de forma anexa la liquidez y rentabilidad. El examen de la solvencia ha avanzado en el correr del tiempo. Se toma como verdad absoluta que los adeudos financieros deben pagarse con los ingresos de dinero, también es importante la capacidad de la organización para generar un flujo de efectivo suficiente que le permita cubrir sus acreencias para calificar su solvencia. (Mora, p.209).

2.2.7 Liquidez

La liquidez conceptualmente explicada es aquella capacidad que tiene un activo en transformarse en dinero efectivo en el corto plazo, hasta un año, sin que esto signifique reducir su precio. Por otro lado, el grado de liquidez, mide la velocidad en que un activo se podría convertir en efectivo u otro activo. Los activos cuanto más líquido son, tienen menos probabilidad de perder valor o de venderse a precio menor. En este sentido el dinero en efectivo se convierte en el activo más líquido, el dinero es intercambiable con mayor fácilmente por otros activos sin importar el tiempo.

La liquidez para una persona o empresa representa la capacidad de este para pagar sus cuentas o documentos por pagar en el corto plazo, menos de un año. El ratio de liquidez se mide dividiendo los activos corrientes para el pasivo corriente. De ser el resultado mayor que uno, quiere decir la empresa tiene liquidez, que puede pagar sus cuentas en el corto plazo, si por el contrario es menor a uno, significa la empresa no tiene liquidez, que no tiene los recursos suficientes para pagar sus deudas en el corto plazo.

2.3 Marco Contextual

Nuestra Empresa

Hotel Hawai empezó sus operaciones el 9 de diciembre del 2005, por lo que ya tiene 15 años de su trayectoria, siendo fuente de bienestar y progreso para miles de

ecuatorianos. Su influencia positiva en el desarrollo económico y social de Ecuador se destaca a través de una sucursal de valor.

Los accionistas de Hotel Hawai tienen el objetivo de iniciar el legado de la empresa y su negocio actual como base de nueva inversión y crecimiento.

Ser parte del Hotel Hawai, con más de 15 años tradicionales, nos permite ofrecer a los consumidores ecuatorianos la oportunidad de disfrutar de nuestros servicios de habitaciones, desde las más económicas a las más costosas, preferidas y seleccionadas acorde al bolsillo del consumidor.

Hotel Hawai legaliza su responsabilidad de continuar aportando al desarrollo económico y social del Ecuador alineado al propósito y bienestar a los colaboradores, consumidores y proveedores para la construcción de un mundo mejor.

Los servicios que da hotel Hawai es hospedaje, jacuzzi, pole dance, televisión, sillón haguayano o camasutra, parqueo privado, servicios de alimentación, bebidas, servicio de taxi, etc.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Versión: Ene

Pag.:

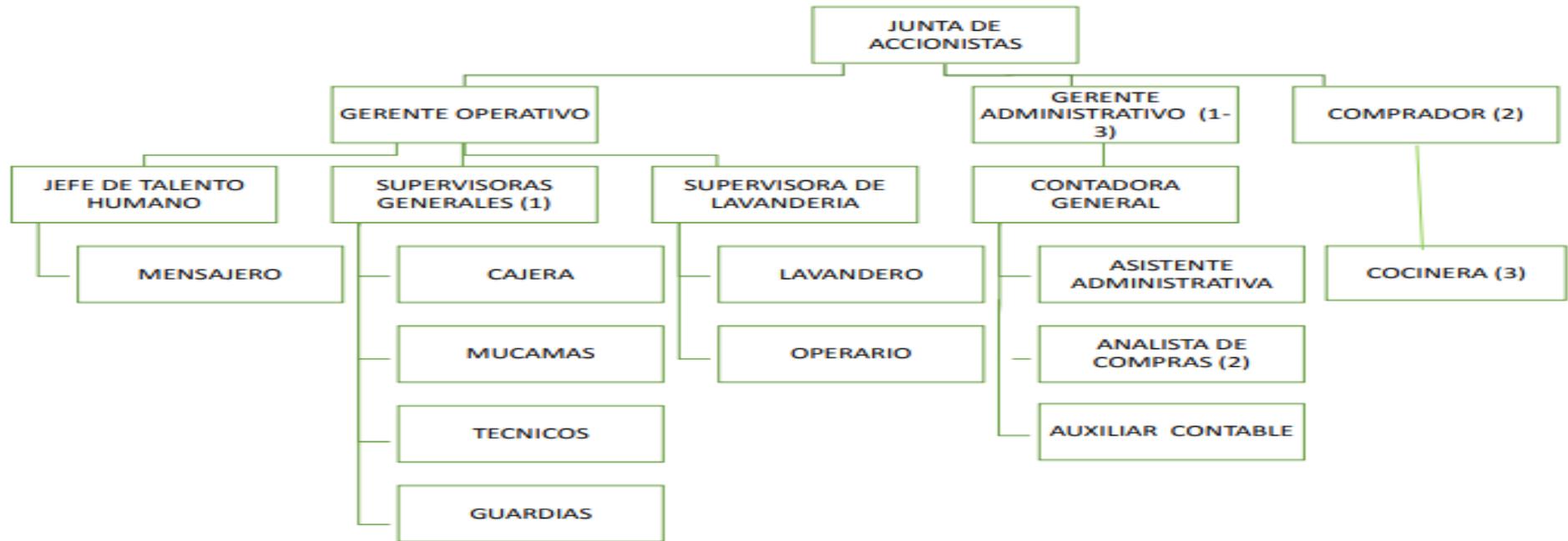


Figura 3. Organigrama Funcional, elaborado por la autora.

Misión

La prioridad de los Hoteles HAWAY es la de brindar a sus clientes el mejor servicio de hospedaje en la ciudad, con instalaciones confortables, seguras y discretas, que convierta su estadía en un momento placentero y de entera satisfacción, donde se destaque la eficiencia de todo un equipo humano.

Visión

Llegar a ser la mejor cadena de moteles de la ciudad de Guayaquil, en base a servicio de atención y limpieza, brindando seguridad y comodidad a nuestros clientes. En el Hotel Hawai contamos con personal de servicio altamente calificados. Nos caracterizamos por la cordialidad, óptima atención y rapidez. Nuestras habitaciones cuentan con servicio de Cable, TV, Videos, como también un equipo de comunicación para área interna si requiere adicionales. Hotel Hawái Matriz (Sur) Av. Domingo Comín, Coop. Tulipanes y Calle Pública. Tel: 04-2490571 Hotel Hawái Sucursal (Norte) Sector Vía Daule, Mapasingue Este. Av. Segunda Calle Tercera, Esq. Tel: 04-2003457. (FindGlocal, 2015)

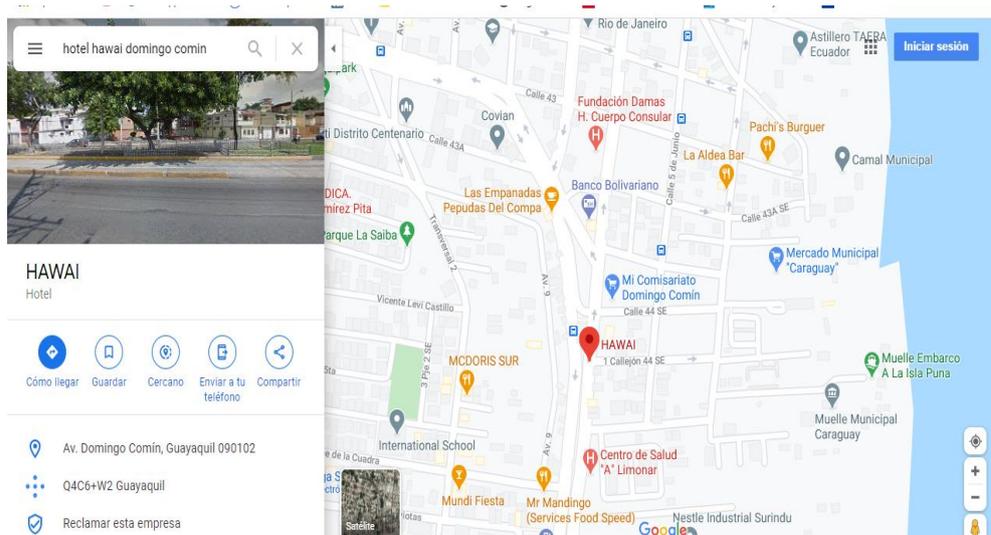


Figura 4. Ubicación de Hotel Norte.

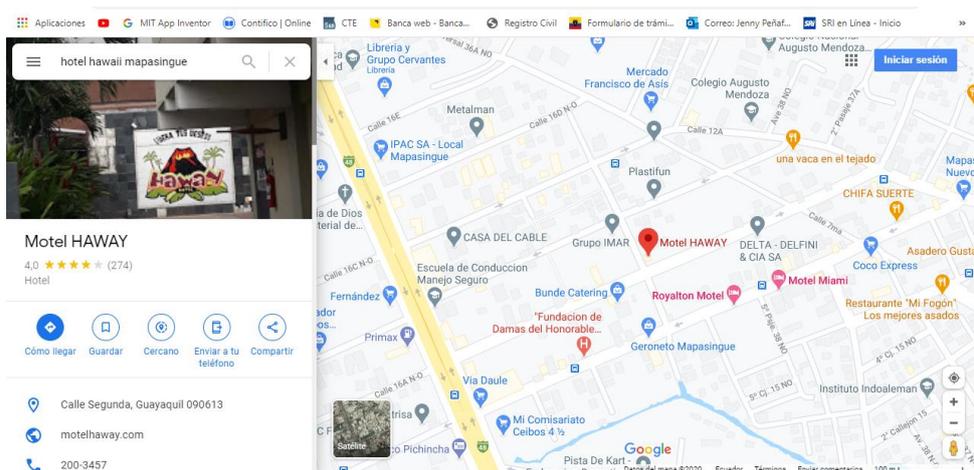


Figura 5. Ubicación de Hotel Sur.

Nuestra manifiesto

Somos una Compañía de dueños. Creemos que ganamos aquello por lo que trabajamos.

Nos esforzamos por ser los mejores, persiguiendo nuestro sueño, comprometidos con mejorar la vida de nuestros empleados. Por esta razón nos entregamos con pasión a nuestro servicio de alojamiento.

Nuestra Cultura

Nuestro sueño es unir a las personas por un mundo mejor, nutriendo nuestro interés para el futuro, levantando un terreno común y mejorando vínculos, porque sabemos que juntos ganamos mucho más.

Nuestra cultura empresarial no solo define quiénes somos, sino que también proporciona la energía y el enfoque para conducirnos hacia nuestro sueño.

Nuestros Principios

Construida sobre la propiedad, la informalidad, la franqueza, la transparencia y la meritocracia, la fuerza de nuestra cultura empresarial está en nuestros diez principios. Nos fijamos objetivos de crecimiento y nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados.

1) Sueño

Nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección para ser “La mejor zona hotelera por obtener un mundo mejor”.

2) Personas

Nuestra mayor fortaleza es nuestra gente. La gente excelente crece en la medida de su talento y es retribuida en consecuencia.

Seleccionamos, desarrollamos y retenemos a las personas que pueden ser mejores que nosotros. Nos juzgarán por la calidad de nuestros equipos.

3) Cultura

Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, que son el combustible de nuestra Compañía. El foco y la complacencia cero garantizan una ventaja competitiva duradera.

El consumidor manda. Servimos a nuestros consumidores ofreciendo servicios de calidad que tienen un papel importante en sus vidas y siempre de una forma responsable.

Somos una Compañía de dueños. Los dueños asumen los resultados como algo personal.

Creemos que el sentido común y la simplicidad generalmente son mejores guías que la sofisticación y la complejidad innecesarias.

Controlamos rigurosamente nuestros costos para liberar recursos que mantendrán un crecimiento razonable y lucrativo de nuestros ingresos.

Liderar mediante el ejemplo personal es el corazón de nuestra cultura. Hacemos lo que decimos.

Nunca tomamos atajos. La honestidad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son la clave para construir nuestra Compañía.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolla bajo el enfoque cualitativo, para (Galeano, 2004), considerado el precursor de la investigación cualitativo, dice que es importante considerar el significado subjetivo, a más de comprender el contexto donde sucede la problemática, en toda investigación realizada desde las ciencias sociales, además afirma que no es suficiente las mediciones para determinar la relación de las variables.

La investigación cualitativa indaga sobre la comprensión de los fenómenos en su estado natural, consiguiendo información desde la descripción de contextos, situaciones, épocas, documentos, personas, etc. Este enfoque, es propicio para investigaciones donde sea necesario profundizar el conocimiento de los hechos mediante el refinamiento de preguntas de investigación (Martínez, 2011).

La eficacia de la investigación cualitativa se observa en la validación de la información de los interiores de la problemática, es necesario considerar las debilidades del enfoque, como son las limitaciones cuando se quiere generalizar los hallazgos obtenidos, mientras que generalizar resultados es una fortaleza de las investigaciones cuantitativas, en este enfoque se hace énfasis en los exteriores de la problemática, lo que permite generalizar los resultados obtenidos (Hernández, 2011)

(Hernández, 2011) identifica las siguientes particularidades del proceso en el enfoque cualitativo:

- Las cuestiones de investigación no están determinadas por completo al inicio del estudio, el investigador las plantea durante el proceso, no está obligado a seguir proceso alguno.
- El investigador comienza examinando el entorno social y, mediante la observación, construye el marco teórico.
- El investigador parte de situaciones particulares hasta llegar conclusiones generales, es un proceso inductivo.
- El enfoque cualitativo, no necesita comprobar hipótesis alguna, la hipótesis se estructura mientras se profundiza en la investigación, o pueden ser consideradas como el resultado de la investigación.
- Las técnicas empleadas en la investigación cualitativa son diversas, la observación no estructurada, se emplea la entrevista, se revisan documentos, focus group, se consideran las experiencias personales, también conocidas como historia de vida.
- Es una investigación con alto grado de flexibilidad, ya que necesita reconstruir la realidad, mediante el cuestionamiento constante y construcción del marco teórico.
- Analiza cada uno de las dimensiones del fenómeno, sin perder de vista la problemática en general.
- Mediante la investigación de campo, analiza el entorno natural del problema.

Basada en lo antes expuesto, se sustenta el enfoque escogido para esta investigación, la investigación no plantea hipótesis, solo preguntas, que no son inamovibles, pueden ser cambiadas en el desarrollo la investigación. Se realizarán entrevista, mediante cuestionario, las preguntas son abiertas y se espera terminar con conclusiones.

3.2 Tipo de investigación

El grado de complejidad de la investigación es, inicialmente descriptiva, para después ser explicativa.

La investigación descriptiva tiene como finalidad caracterizar la muestra o universo de estudio. Este tipo de investigación pone mayor énfasis en las preguntas “qué”, dejando en segundo plano el “por qué”. (Cerdeña, 2011)

Es decir, su mayor preocupación es describir la muestra en su estado natural, sin prestarle mayor atención al porqué de esas particularidades, no considera dimensiones como el entorno de la problemática.

Por otro lado, la investigación explicativa es necesaria para puntualizar la problemática de la responsabilidad social en la empresa Hawaii, explicar el porqué de las características de las acciones socialmente responsable, explicar su naturaleza de filantropía o de RSE. (Baptista, 2010)

Es así que la investigadora obtuvo una idea formal y total de la problemática, la misma que le permite difundir conclusiones a partir tanto de las características de la población, como del ambiente laboral de la empresa Hawaii. Su finalidad fue descubrir el por qué y para qué se realizan acciones de responsabilidad social empresarial.

3.3 Diseño de investigación.

Las estrategias que adoptaron en la investigación para responder a problemática planteada fueron:

Según el origen de los datos fue de campo, se recolectó información desde el lugar de los acontecimientos, es decir del mismo Hotel Hawaii; además fue documental se tomó información de registros de la empresa, referente al tema investigado.

Según la manipulación y el control de las variables fueron no experimental, el investigador no interfirió en los resultados ni en el comportamiento de los datos.

3.4 Población y muestra

En el proceso investigativo se define como población a la totalidad de sujetos o elementos parte del estudio, estos elementos deben presentarse determinada característica generales y además deben ser susceptible a ser estudio.

Aquí se detalla la encuesta que se realizó a los empleados de Hotel Hawaii, que constan de 34 integrantes, los cuales se dedican a diferentes funciones de la muestra selecciona se escogió aquellos colaboradores que tenían mucho conocimiento de las actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial, en la forma práctica de aplicación, quedando 29 colaboradores, y los 5 empleados no quisieron ayudar se pusieron difíciles, ellos pensaban que al brindar información le iba a causar algún tipo de daño, debido a esto no se obtuvo ninguna información de ellos. El día viernes 18 de septiembre del presente año se encuestó a los trabajadores, el hotel tiene mucho movimiento los días viernes y sábados.

Se determinado el tamaño de la muestra, sin embargo, en las investigaciones cualitativas esta puede cambiar, ya que el diseño de la investigación puede evolucionar e irse adaptando a nuevas realidades. Por tal motivo el que cinco empleados no colaboraron, bajo ningún contexto le quita relevancia a la investigación, es una situación de esperarse en la investigación con enfoque cualitativo. En el caso del muestreo es amplio, se decidió por los trabajadores que quisieron colaborar, los que estuvieron al alcance de la investigadora.

En lo referente al tamaño de la muestra (veinte nueve), en los estudios cualitativos por lo regular son muestras pequeñas, y la forma de escogerla es no aleatoria, la muestra fue escogida por la investigadora según su conveniencia. Los escogió porque son compañeros de área y además trabajan en la matriz, todos son conocidos y se tienen confianza, comparten su tiempo trabajando en el mismo lugar.

Es importante resaltar que la metodología antes descrita no les quita confiabilidad a los resultados obtenidos, se ha conservado el interés de la investigadora, examinar lo intrínseco para descubrir significado de las acciones responsables socialmente.

El proceso de muestreo evolucionó de la siguiente manera:

1. Mediante el procedimiento de conveniencia se comienza la investigación con los 34 empleados de la empresa.
2. De la muestra seleccionada se escogió aquellos colaboradores que tenían mucho conocimiento de las actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial, en la forma práctica de aplicación, quedando 29 colaboradores.
3. El muestreo continúa hasta que se alcanza la saturación, o repetición de la información

En la investigación la información guio el muestreo, y por ello fue necesario cambiar la muestra en el propio campo ya que se quería cubrir todos los requerimientos conceptuales del estudio, y no la adaptación a unas reglas metodológicas.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La entrevista en profundidad fue la técnica aplicada, se interactuó con los participantes de forma planificada y sin perder de vista los objetivos de la investigación. Se recogió la opinión de la responsabilidad social en el hotel Hawaii y su visión particular de los hechos. El instrumento empleado fue el cuestionario.

En la metodología cualitativa, la entrevista en profundidad se entiende como los encuentros frecuentes frente a frente entre el investigador y el entrevistado, que tienen como finalidad conocer la opinión y la perspectiva que una persona tiene en relación de sus experiencias, condiciones de vida y de su vida en particular.

3.6 Encuestas

Esta investigación se utiliza una encuesta, la cual consta de ocho preguntas, que las detallaré a continuación.

Marque con una X o un visto su respuesta

Género: Masculino ----- Femenino: -----

1. ¿Qué tiempo tiene laborando en el hotel Hawai?
 1 a 5 años----- 6 a 10 años ----- 11 o más años -----
2. ¿Cuántas personas depende económicamente de usted?

3. ¿Usted ha recibido capacitaciones auspiciada por la empresa?
 Si -----
 No -----
4. ¿Usted cree que los cursos recibidos le sirvieron, además para mejorar sus ingresos personales?
 Si -----
 No -----
5. ¿Ha recibido crédito de la empresa para implementar proyectos personales?
 Si -----
 No -----
6. ¿Considera usted que el valor de sus propiedades supera a sus deudas totales?
 Si -----
 No -----
7. ¿Realiza usted acciones de reciclaje en su puesto de trabajo?

Siempre

Casi siempre

De vez en cuando

Nunca

8. ¿Conoce de medidas que eviten el desperdicio del agua y energía eléctrica?

Si -----

No -----

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 Presentación de resultados

¿Qué tiempo tiene laborando en el hotel Hawai?

Tabla 1. Tiempo laborando en el Hotel Hawai.

Años	Empleados	%
1 a 5	8	28%
6 a 10	15	52%
más de 10	6	21%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.

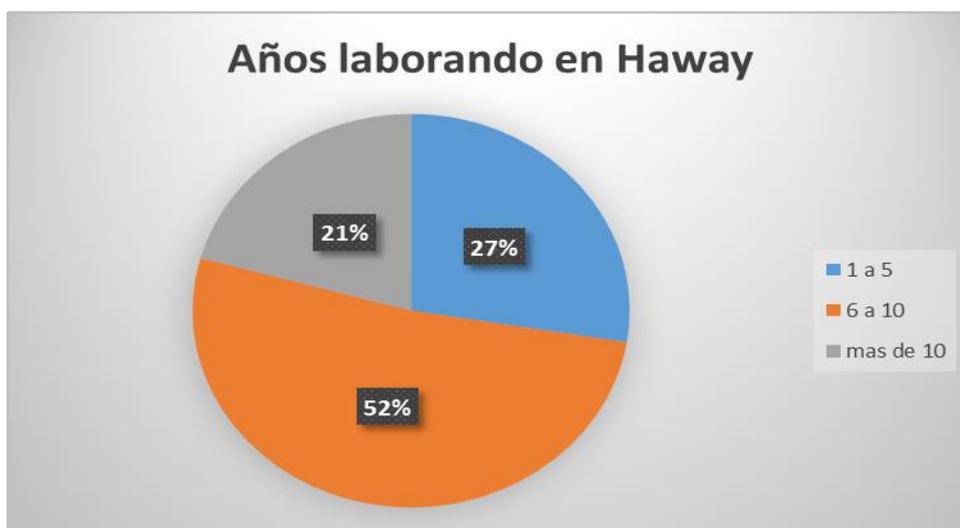


Figura 6. Años laborando en Hawai.

Análisis: Preguntando a los trabajadores de Hawai sobre el tiempo que tienen laborando en la empresa el 52% respondió que entre 6 y 10 años, el 21% dijo que más de 10 años y el 27% manifestó que entre 1 y 5 años. Se puede observar que el 73% de los trabajadores tienen más 5 años laborando en la empresa, se puede inferir que están a gusto con la empresa y que encuentran un ambiente laboral acorde con sus aspiraciones. Además, los años de servicios contribuyen a la consecución de créditos por parte de IESS y de instituciones bancarias.

¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?

Tabla 2. *Cuántas personas económicamente dependen de Usted.*

Cargas familiares	Empleados	%
1 a 2	6	21%
3 a 4	18	62%
más de 4	5	17%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.

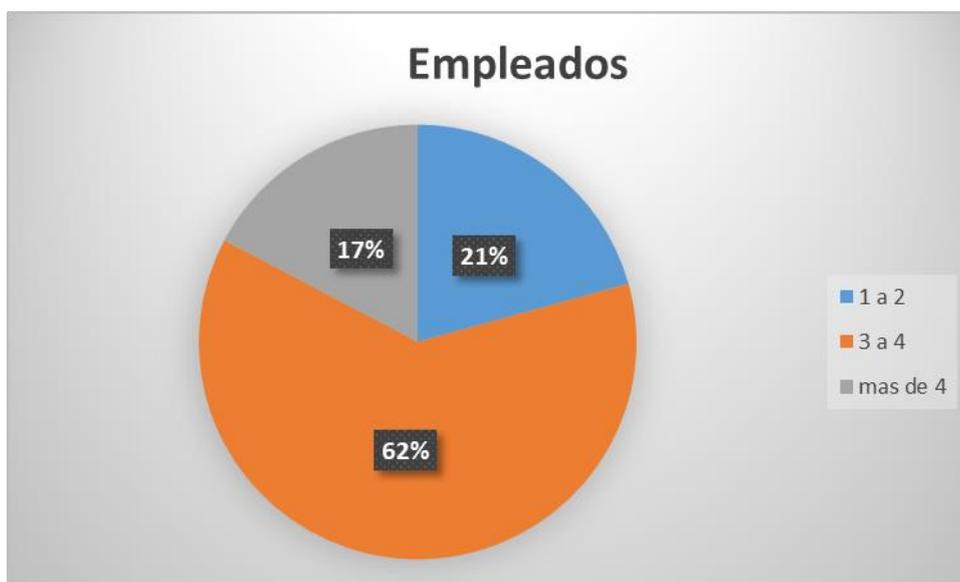


Figura 7. *Personas dependen económicamente.*

Analisis: Preguntando a la muestra sobre el número de personas que dependen de el económicamente el 62% respondió que de 3 a 4 personas, el 17% dijo que mas de 5 personas y el 21% contestó que de 1 a 2 personas.

Esta pregunta es importante debido a que el número de personas que dependen de una persona influye mucho en su situación económica, según el INEC en promedio de individuos que conforman las familias ecuatorianas es de 4 personas. Mientras menor es el número de personas que depende mayor es la posibilidad de mejorar la situación económica, en ese sentido los que tienen menos de 5 personas, posiblemente tengan mejor posición económica.

El 83% de los trabajadores de haway tiene menos de 5 personas que dependen de ellos economicamente, situacion que puede influir en su situacion economica.

¿Usted ha recibido capacitaciones auspiciada por la empresa?

Tabla 3. Capacitaciones recibidas por la empresa.

Recibir capacitación	Empleados	%
SI	27	93%
NO	2	7%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.



Figura 8. Empleados que han recibido capacitación.

Análisis: A los trabajadores de Haway se les preguntó sobre capacitaciones recibidas por la empresa y el 93% respondió que si la habían recibido y el 7% respondió que no.

Se puede inferir que los empleados con mayor años de servicio (mas de 5 años) son los capacitados y que algunos de los tiene menos de 5 años aun no son capacitados.

Lo cierto es que la empresa si capacita a sus trabajadores, si invierte en fortalecer sus capacidades, la finalidad es mejorar su eficiencia, hacerlos mas productivos, lo que beneficia de forma directa a la organización, pero tambien es cierto que tambien se beneficia el trabajador. Las capacitaciones giran en torno a sus labores especificas, electricistas, refrigeracion, ebanistas, seguridad, gestiones administrativas y

contables. Lo aprendido fortalece las capacidades de los empleados y les permite aplicarlos en labores ajenas a la empresa.

¿Usted cree que los cursos recibidos le sirvieron, además para mejorar sus ingresos personales?

Tabla 4. Capacitaciones recibidas le sirvieron para mejoras de ingresos.

Mejorar ingresos personales	Empleados	%
SI	24	83%
NO	3	10%
Total	27	93%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.



Figura 9. Mejoraron los ingresos personales.

Análisis: Al preguntar a los trabajadores sobre la mejora en sus ingresos personales como consecuencias por los cursos recibidos y auspiciados por la empresa el 83% respondió que sí, mientras que el 17% contesta que no.

Los cursos pagados por la empresa a sus colaboradores, además de beneficiar a la organización mediante la optimización de recursos y eficientar las tareas encomendadas, también brinda un efecto positivo de largo plazo en los trabajadores, los

conocimientos adquiridos son utilizados para beneficios personales como generadores de otros ingresos.

¿Ha recibido crédito de la empresa para implementar proyectos personales?

Tabla 5. Ha recibido crédito de la empresa para implementar proyecto.

Apoyo a proyectos personales	Empleados
SI	28
NO	1
Total	29

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.



Figura 10. Apoyo recibido por proyectos personales.

Análisis: Cuestionados los trabajadores sobre el apoyo recibido por la empresa ante propuestas de proyectos personales el 97% responde que si lo ha recibido, comentan que el apoyo además de económico, también ha girado en asuntos de tiempo y la regalia de herramientas y equipos de ser necesario.

La empresa demuestra ser responsable socialmente con sus trabajadores, les facilita recursos que sirven para mejorar su condición económica en el largo plazo. Estos beneficios no son filantropía, generan bienestar por mucho para el trabajador.

¿Considera usted que el valor de sus propiedades supera a sus deudas totales?

Tabla 6. Valor de sus propiedades son superiores a sus deudas.

Solvencia	Empleados	%
SI	27	93%
NO	2	7%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.

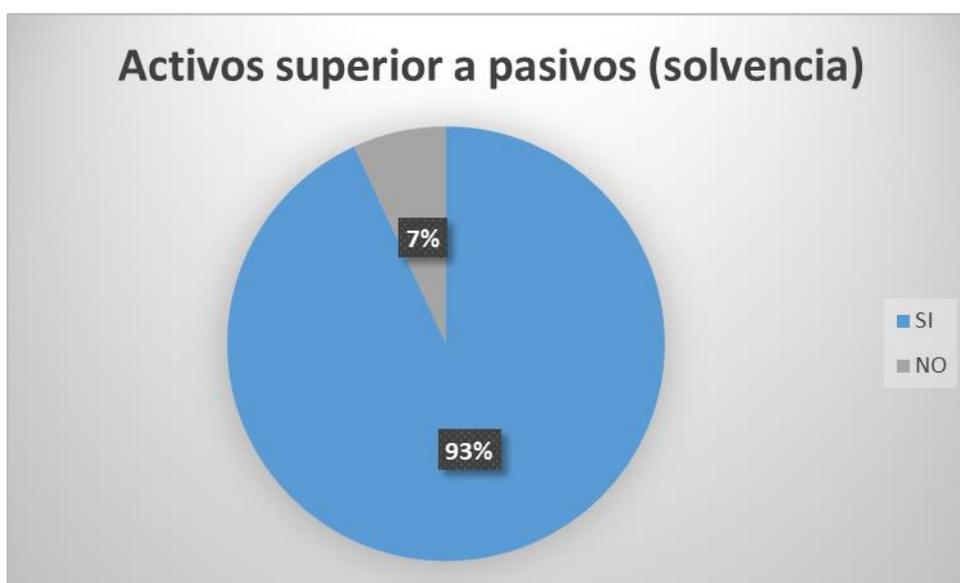


Figura 11. Activos superiores a sus pasivos, resultados de la encuesta.

Análisis: Se cuestiona a los trabajadores sobre su solvencia, es decir sobre la capacidad que tiene para hacer frente a sus pagos y deudas financieras, es decir, cuando puede pagar sus deudas con la garantía de sus activos. El 93% responde que tiene solvencia, el valor de sus activos es superior al de sus pasivos.

Se puede inferir que los trabajadores han acumulado bienes que le permiten mejorar su calidad de vida, en el largo plazo, con el apoyo de la empresa.

¿Realiza usted acciones de reciclaje en su puesto de trabajo?

Tabla 7. Acciones de reciclaje en puesto de trabajo.

Reciclaje	Empleados	%
Siempre	3	10%
Casi siempre	6	21%
De vez en cuando	8	28%
Nunca	12	41%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.



Figura 12. Acciones de reciclaje, resultados de la encuesta.

Análisis: Se preguntó a los trabajadores acerca de su gestión de reciclaje, el 31% respondió de forma afirmativa, algunos lo hacen siempre, cada vez que tiene la oportunidad; mientras otros dijeron solo de vez en cuando lo hacen solo cuando encuentran los envases de reciclaje. Sin embargo, el 69% respondió que no lo hace, algunos dicen que de vez en cuando lo hacen.

Esta realidad demuestra que la empresa no tiene planes ni programas de reciclaje, existen pocos medios para realizar estas acciones. En la observación al interior de la empresa, existen pocos envases para reciclar, se los encuentra en oficina y puntos de atención al cliente. Los colaboradores no conocen sobre los materiales a reciclar, ni

el lugar donde acumularlos, solo conocen donde ubicar los desperdicios que serán depositados en el carro municipal recolector de basura.

¿Conoce de medidas que eviten el desperdicio del agua y energía eléctrica?

Tabla 8. Medidas de ahorro de agua y energía.

Evita el desperdicio de agua y luz	Empleados	%
SI	5	17%
NO	24	83%
Total	29	100%

Resultados de las encuestas. Elaborado por la autora.

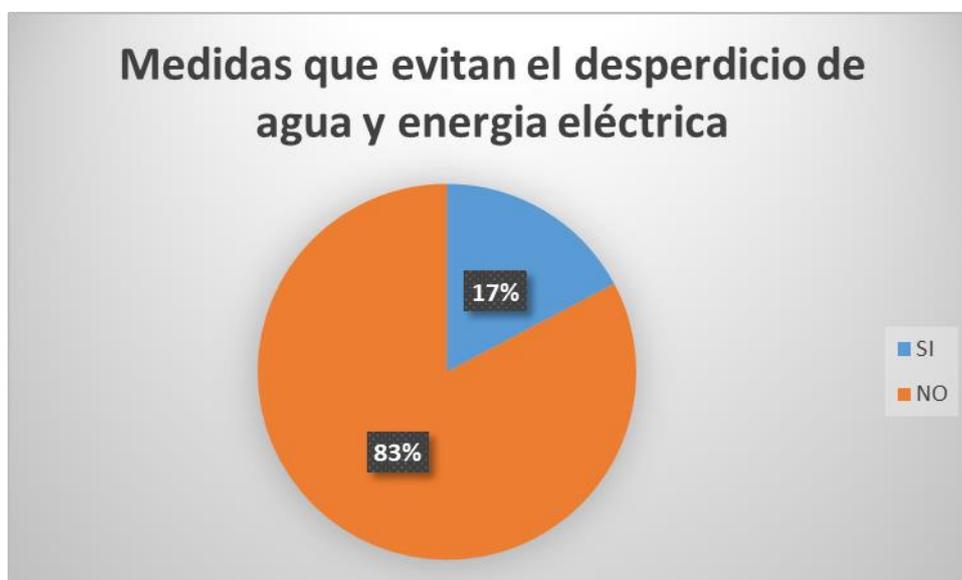


Figura 13. Medidas de ahorro , resultados de la encuesta.

Análisis: Realizada la pregunta sobre el conocimiento de medidas que eviten el desperdicio de agua y luz eléctrica , el 83% respondió que no conoce. La respuesta es obvia existe personal de mantenimiento que se preocupa de esas labores, sin embargo es necesario que la Dirección diseñe un plan que prevenga el desperdicio de agua y luz, mejore las condiciones de reciclaje.

4.2 Propuesta.

Después de realizada la investigación de campo, se comprobó que la empresa no sigue procesos para aplicar la responsabilidad social empresarial. El 69% de los empleados no realiza gestión de reciclaje y el 83% asegura no conocer sobre actividades que impidan el desperdicio de agua y de medidas que disminuyan en consumo de energía eléctrica innecesaria.

Las definiciones de responsabilidad social empresarial son muchas, pero en esta investigación se la define, como un conjunto de prácticas, tácticas y métodos de gestión empresarial voluntario que buscan el balance entre las propiedades relacionadas con sociedad, el medio ambiente y económico.

La empresa procura mantener condiciones laborales favorables para la calidad de vida de sus trabajadores, realiza capacitaciones que les permite mejorar sus capacidades y sostener en el largo plazo su situación económica. En la investigación de campo así se lo comprueba, sin embargo, los trabajadores no son los únicos componentes del grupo de interés de la empresa, habría que observar las acciones que la empresa realiza en beneficio de las causas sociales.

Es innegable que las acciones de responsabilidad social empresarial que el hotel Hawaii implementa en sus trabajadores le generan beneficios, como: Mayor motivación de los colaboradores junto con los índices de satisfacción y llevan a un aumento de la productividad y de su eficiencia, que repercute de forma positiva en los resultados de las empresas; además, se retiene el talento humano, los trabajadores se sienten cada vez más atraídos por la empresa, porque ejecuta este tipo de acciones, se eleva el índices de satisfacción de la plantilla y permite mayor estabilidad y compromiso de los empleados;

sin embargo se ve como la eficiencia en cuanto al cuidado del medio ambiente no mejora, lo que no permite a la empresa reducir partidas por el consumo energético o de agua, y reciclar de forma adecuada.

Tabla 9. Consumo de agua.

CONSUMO DE AGUA			
MESES	2018	2019	Variación %
ENERO	2.124,00	1.620,09	-24%
FEBRERO	874,67	2.490,88	185%
MARZO	1.635,87	1.497,89	-8%
ABRIL	2.438,49	964,64	-60%
MAYO	3.245,48	1.067,76	-67%
JUNIO	1.495,51	1.991,47	33%
JULIO	1.618,87	1.371,17	-15%
AGOSTO	1.165,22	3.765,45	223%
SEPTIEMBRE	2.130,26	3.097,98	45%
OCTUBRE	1.599,72	3.191,68	100%
NOVIEMBRE	2.511,11	3.010,79	20%
DICIEMBRE	1.117,98	2.862,49	156%
TOTAL	21.957,18	26.932,29	23%

Elaborado por la autora.

Tabla 10. Consumo de energía.

CONSUMO DE ENERGIA			
Mes	2018	2019	Variación
ENERO	2.437,09	3302,24	35%
FEBRERO	2.478,09	2896,16	17%
MARZO	2.406,09	3246,53	35%
ABRIL	2.491,09	3284,55	32%
MAYO	2.430,09	3581,97	47%
JUNIO	2.547,09	2806,48	10%
JULIO	2.610,29	2490,57	-5%
AGOSTO	2.439,82	2428,43	0%
SEPTIEMBRE	2.393,33	2334,39	-2%
OCTUBRE	2.518,88	2532,28	1%
NOVIEMBRE	2.468,47	2528,53	2%
DICIEMBRE	2.547,04	2899,56	14%
TOTAL	29.767,37	34.331,69	15%

Elaborado por la autora.

Tabla 11. *Consumo de botellas plásticas.*

BOTELLAS PLASTICAS CONSUMIDAS		
Mes	2018	2019
ENERO	3.600,00	0,00
FEBRERO	3.680,00	2.760,00
MARZO	0,00	1.200,00
ABRIL	4.480,00	5.400,00
MAYO	5.040,00	0,00
JUNIO	0,00	1.760,00
JULIO	2.400,00	1.280,00
AGOSTO	2.560,00	1.600,00
SEPTIEMBRE	1.956,00	2.883,00
OCTUBRE	1.280,00	0,00
NOVIEMBRE	2.000,00	4.040,00
DICIEMBRE	2.640,00	0,00
TOTAL	29.636,00	20.923,00

Elaborado por la autora.

La RSE no es impuesta a una empresa o por Ley, es voluntaria, son acciones que benefician a las personas, a la empresa misma y el medio ambiente. Es una decisión que debe ser tomada en la alta dirección y luego transmitida a todos los departamentos de la empresa.

El hotel Hawai como muchas empresas se ha embarcado en el carro de la RSE, pero sin una estrategia claramente definida ni una inversión real de activos que apoyen el cumplimiento de este objetivo. En ese sentido se propone desarrollar unas estrategias para fomentar la responsabilidad social en el hotel Hawai.

4.3 Estrategias de responsabilidad social empresarial.

Buscar capacitación especializada. Para iniciar el proceso de responsabilidad social empresarial, los primeros que deben conocer el concepto es la gerencia y los jefes departamentales, la RSE no se puede gestionar sin apoyo de estos actores, principalmente sin el primero. Entonces grupo de mando debe estar capacitado en concepto de RSE, por ello se propone se capaciten primero en el tema.

Se lo hace con la intención de reconocer al interior del hotel Hawai las actividades de RSE que se ejecutan, cuales cumplen con el propósito y cuales no lo cumplen, este análisis lo deben realizar los capacitados, este sentido la capacitación juega un papel clave para difundir entre la gerencia y jefes departamentales el concepto de RSE y sus dimensiones.

Esta enseñanza y preparación es necesario que inicie desde la gerencia y los jefes departamentales. La RSE después de ser acogida por la gerencia debe ser integra a la misión y visión de la empresa. De hacerlo en este orden, toda acción, dispondrán de los recursos suficiente, además de la aprobación de la cúpula del hotel Hawai.

Organizar una comisión de RSE al interior de la empresa. Tal comisión debe implicar distintos departamentos. El entrenamiento recibido en el primer paso, les demostrara lo necesario que es que toda la organización arrime hombro la llegar a los objetivos socialmente responsables.

Inventariar las correctas acciones de RSE realizadas por el hotel Hawai. Después de la capacitación sobre RSE recibida, los capacitados comprenden que lo han estado haciendo podrá haber sido cualesquiera cosas menos RSE. Es normal que las acciones de filantropía se confundan con acciones de responsabilidad social, pero un retoque de dirección las puede convertir en RSE. Es que la compañía socialmente responsable, por lo regular, realizan acciones que apoyan a los grupos sociales, a su cadena de valor y al medio ambiente. Las acciones de responsabilidad social, sean bien o mal direccionada deben inventariarse, para identificarlas, mejorarlas o direccionarlas dependiendo el caso.

Emplear un aparato de autoevaluación. Realizado el inventario, posiblemente entre los hallazgos se identifiquen acciones en todos los departamentos y se dificultara

encontrar vacíos. La homologación debe tener como guía de RSE dispuesta por el Pacto Global de las Naciones Unidas. Esta guía permite a la empresa autoevaluarse y contrastar lo que realmente hace por RSE y aquello que lo aparenta, así se escoge que se cambia, lo que es mejor y lo que continúa. La guía proporciona pistas sobre las dimensiones de RSE y donde hay que profundizar, esto va a orientar al comité de RSE hacia el sector de acción.

Construir un método de trabajo. Es un eslabón seguido a la autoevaluación, tomado los insumos e identificado el camino a seguir, se debe replicar las acciones correctas, manteniendo las buenas prácticas y planificar acciones efectivas para llegar a sectores donde la gestión de RSE no llega.

Priorizar. Realizado el plan de trabajo, solo falta ejecutarlo y decidir por dónde empezar, es aquí donde se aplica el criterio de conveniencia e importancia para la empresa, también conocida como materialidad. La conveniencia e importancia se enfocan hacia la razón de ser del negocio, los peligros, el efecto en las operaciones, además de consultar con las partes interesadas, no es de asombrarse que algunos grupos quieran empezar por algún departamento en particular y otros por otra sección, sin embargo, es la gerencia quien decide.

El plan de RSE debe incluirse en estrategias empresariales. Esta decisión la debe tomar la gerencia, esta decisión no puede ser delegada a ninguna otra persona, peor aún considerarla como tarea de segundo orden. Todo el programa de RSE hace para mejorar la competitividad de la empresa, por ello debe implementarse desde las estrategias corporativas. Con la implementación de las estrategias corporativas, llega el financiamiento y provisión de otros recursos, como son el humano y material.

La RSE no es un programa de ayuda social simplemente, necesita de la gestión y compromiso gerencial. El plan tiene un apartado de indicadores que deben ser revisados constantemente.

Ejecución. Este eslabón del plan se refiere hacer realidad lo planificado, ponerlo en práctica para alcanzar los objetivos propuestos.

Hacer seguimiento y valoración de los resultados. Como se dijo con anterioridad, el plan de RSE debe contener indicadores que permitan calificar el desempeño, además de monitorear las acciones realizadas por el grupo de apoyo. Es la gerencia la encargada de revisar y valorar los resultados obtenidos, la gerencia decide que se mejora y que se continúa ejecutando en iguales condiciones. Sin embargo, como en el hotel Hawaii se realizan auditorías externas, la gerencia podría delegarlas a los auditores para que revisen los procesos.

Volver a empezar. La RSE es un programa que requiere mejora continua, siempre será necesario evaluarse y encaminarse hacia nuevos objetivos, con la finalidad de optimar los resultados en cada una de las etapas del plan.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Para ser socialmente responsables en el sentido amplio de la RSE, las empresas deben cumplir con estos 4 ámbitos al mismo tiempo: contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa, cuidado y preservación del medio ambiente, desempeñarse con un código de ética y vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también de los bienes y servicios producidos. Las empresas deben cumplir con los cuatro ámbitos al mismo tiempo. Si practican algunos de ellos entonces sólo estarán realizando acciones de compromiso empresarial con la sociedad, pero no puede decirse que sean socialmente responsables en el sentido amplio del concepto.

El hotel Hawai como muchas empresas se ha embarcado en el carro de la RSE, pero sin una estrategia claramente definida. No basta con realizar prácticas de RSE para ser socialmente responsable, sino que hay que cumplir con el concepto completo. Para tomar el camino a la RSE se pueden emplear diferentes estrategias, sin embargo, todos deben empezar con una capacitación profesional de que significa RSE, involucrar a los trabajadores en el viaje, hacer un análisis al interior de la empresa de lo que hace como RSE, implementar mecanismo de evaluación, desarrollar un plan, priorizar actividades, incluir la RSE en la visión de la empresa, implementar las estrategias y finalmente evaluar y corregir.

Se debe reconocer que con sus empleados el hotel Hawai emplea prácticas de RSE, y gracias a ello sus empleados gozan de solvencia, ha logrado su fidelidad y los ha apoyado capacitándolos para fortalecer sus capacidad y mejorar sus ingresos, sin embargo, no practica acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente (agua, energía y reciclaje), además no se han realizado acciones que favorezcan a la

comunidad, por estos hallazgos se puede concluir que el hotel Hawai no es socialmente responsables en el sentido amplio del concepto.

Con la aplicación de la RSE, el ambiente laboral mejora y con él la eficiencia de los trabajadores, los clientes son atraídos e incrementan el consumo, lo que mejora la situación financiera de la empresa, además los fondos de inversión la verán atractiva para inversionistas de largo plazo. Se puede afirmar que las empresas que trabajen respetando criterios ambientales y sociales son prioritariamente elegibles por los fondos éticos que creen en el futuro. La RSE se convierte en una oportunidad para aquellas empresas que tomen la delantera en aplicarla.

Recomendaciones

El camino hacia la RSE se muestra complicado, pero, alcanzado el fin se logra estabilidad al interior de la empresa, mejores relaciones con los clientes y comunidad, además se gestiona dentro de un marco de valores y por su puesto mejor ambiente natural. Se recomienda iniciar el viaje hacia la RSE, aunque pueda ser esforzado y exigente de recursos, los frutos de la RSE los valen.

Desarrollar e implementar las estrategias descritas para fomentar la RSE en el hotel Hawai, la iniciativa debe surgir de la Dirección, sumergirla en la misión y visión y luego socializarlos con todos los grupos sociales relacionados con el hotel Hawai.

La empresa debe seguir apoyando a sus empleados, sin embargo, debe ampliar el abanico hasta abarcar a todo el grupo de interés del hotel Hawai (Stakeholders), mirar hacia el medio ambiente sin que eso signifique merma en la rentabilidad de la empresa.

Bibliografía

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2003).

Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid: AECA.

Baptista, P. C. (2010). *Metodología de la investigación*. 5º ed. México D.F: Mc Graw Hill.

Barroso, F. (2007). Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación empresarial. *Revista Académica de la Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de Yucatán, vol 11, 65 - 70*.

Bowen's, H. (1963). *Social Responsibilities of the Businessman*. Roma: Pendulo.

Cerda, H. (2011). *Los elementos de la investigación cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Magisterio.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2011). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

Correa, M., Gallopin, G., & Núñez, G. (2005). Medir para gestionar la RSC. *Harvard Business Review*. Vol. 83, 51 - 55.

FindGlocal. (12 de 05 de 2015). Obtenido de FindGlocal:

<http://www.findglocal.com/EC/Guayaquil/1703385079893553/Hotel-Haway>

Gadow, F. (2010). *Dilemas. La gestión del talento en tiempos de cambio*. Buenos Aires: Gránica.

Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Eafit.

Hernández, I. (2011). Investigación cualitativa: una metodología en marcha sobre el hecho social. *Revista Rastros Rostros, 57 - 60*.

Marín, H. (2004). *La gerencia del cambio en contextos de globalización*. Venezuela: Universidad del Zulia.

- Martínez, J. (2011).
- Martínez, J. (2011). Metodologías de la investigación cualitativa. *Silogismo más que conceptos*, vol 8, 56 - 60.
- McGuire, J. (2003). *Negocio y sociedad*. New York: McGraw-Hill.
- Medina, L. (2006). *La responsabilidad social de la empresa*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Olcese, A., Rodríguez, M., & Alfaro, J. (2008). *Manual de la empresa responsable*. Bogotá: McGraw Hill.
- Peinado, E. (2006). *Situación actual de la RSE en America Latina*. Santander.
- Perdiguero, T., & García, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión*. España: Universidad de Valencia.
- Perrow, C. (2010). *Sociología de las organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). *Estrategia y Sociedad*. Harvard Business Review.
- Porto, N., & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración, Fca-UNAM*, 87.
- Ramos, H. (2006). Ética y responsabilidad social. Reflexiones y perspectiva sistémica. *The Anáhuac Journal*. Vol 6, 56-71.
- Raufflet, E., & Lozano, J. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. México: Perason.
- Rochlin, S. (2005). Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*. Vol 83, 31-37.
- Sánchez, L., M., P., & A., P. (2007). Diagnóstico exploratorio del nivel de responsabilidad social empresarial percibido por las empresas involucradas en el biocluster de occidente. *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Oriente (ITESO)*, 85 - 89.

Sherman, J. (1890). *Ley Sherman Antitrust*. Whasintong.

Sierra, J. (2009). *Nuevas lecciones de Responsabilidad social empresarial*. Bogotá:

Panamericana Formas e Impresos S.A.

Somoggi, L. (2005). Más que una estrategia, una filosofía. *Harvard Business Review*.

Vol. 83, 17-27.

Vives, A. . (2011). *La responsabilidad social de la empresa de América latina*. Estados

Unidos: Varas.

ANEXOS

Anexo 1. Código del Trabajo

CODIGO DEL TRABAJO

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 69.- Vacaciones anuales. - Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes. El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones. Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales. Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

Art. 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño. - Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen mensualmente, la parte proporcional a la doceava parte de las remuneraciones que perciban durante el año calendario. A pedido escrito de la trabajadora o el trabajador, este valor podrá recibirse de forma acumulada, hasta el veinte y cuatro de diciembre de cada año. La remuneración a que se refiere el inciso anterior se calculará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 de este Código. Nota: Artículo sustituido por artículo 21 de la Ley No. 0,

publicada en Registro Oficial Suplemento 483 de 20 de Abril del 2015. Nota: Ver Instructivo para el Pago y Registro de la Decimotercera y Decimocuarta Remuneraciones y la Participación de Utilidades. Acuerdo Ministerial No. 45, ver Registro Oficial 462 de 19 de marzo de 2015, página 19. Nota: Ver Norma para el Pago de la Decimotercera y Decimocuarta Remuneración, Acuerdo Ministerial No. 87, ver Registro Oficial Suplemento 494 de 6 de Mayo de 2015, página 9.

Art. 113.- Derecho a la decimocuarta remuneración. - Los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación mensual equivalente a la doceava parte de la remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general. A pedido escrito de la trabajadora o el trabajador, este valor podrá recibirse de forma acumulada, hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular, y hasta el 15 de agosto en las regiones de la Sierra y Amazónica. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales. La bonificación a la que se refiere el inciso anterior se pagará también a los jubilados por sus empleadores, a los jubilados del IESS, pensionistas del Seguro Militar y de la Policía Nacional. Si un trabajador, por cualquier causa, saliere o fuese separado de su trabajo antes de las fechas mencionadas, recibirá la parte proporcional de la décima cuarta remuneración al momento del retiro o separación. Nota: Inciso primero sustituido por Ley No. 77, publicada en Registro Oficial 75 de 2 de Mayo del 2007. Nota: Artículo sustituido por artículo 22 de la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 483 de 20 de Abril del 2015 . Nota: Ver Instructivo para el Pago y Registro de la Decimotercera y Decimocuarta Remuneraciones y la Participación de Utilidades. Acuerdo Ministerial No. 45, ver Registro Oficial 462 de 19 de Marzo de 2015, página 19. Nota: Ver Norma para el Pago de la Decimotercera y Decimocuarta Remuneración,

Acuerdo Ministerial No. 87, ver Registro Oficial Suplemento 494 de 6 de Mayo de 2015, página 9.