



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

**“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE
LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN
LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO
COMPENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011”.**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.

Autoras:

Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe.

Pazmiño Velásquez Ana Lucía.

Directora:

Ing. Guerrero Espinosa Mercy Elizabeth

Latacunga, Marzo 2013



AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011” son de exclusiva responsabilidad de las autoras.



Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe
c.c. 050315399-1



Pazmiño Velásquez Ana Lucía
c.c. 050240754-7

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011”, de Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe y Pazmiño Velásquez Ana Lucía, postulantes de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico – técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Marzo 2013



.....
Ing. Guerrero Espinosa Mercy Elizabeth
DIRECTORA

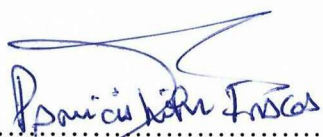
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, las postulantes: Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe y Pazmiño Velásquez Ana Lucía con el título de tesis: **“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Enero 2013

Para constancia firman:



.....
Dra. Patricia López Fraga
PRESIDENTE



.....
Ing. Julio Salazar
MIEMBRO



.....
Dra. Myrian Hidalgo A.
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por no dejarnos solas en este tiempo, que con su ayuda y fuerza nos ha permitido culminar el presente trabajo.

A nuestros padres nuestra eterna gratitud por sus bendiciones, sacrificios, cuidados y darnos siempre lo mejor.

A la Ing. Mercy Guerrero por su acertada dirección en la elaboración y culminación de esta investigación.

A los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes de una u otra manera nos apoyaron durante todo este tiempo.

NANCY

ANA

DEDICATORIA

El presente trabajo queremos dedicarle principalmente a Dios por ser quien nos ayudó espiritualmente, a nuestros padres por sus sabios consejos que nos ayudaron a lo largo de nuestra vida estudiantil y por ser el pilar fundamental de nuestra vida, a nuestras amigas - compañeras por compartir aquellos momentos de alegrías y tristezas, especialmente a nuestros docentes por su apoyo, enseñanzas, consejos que han contribuido a formarnos como personas de bien para servir a la sociedad.

En particular a mi hijo Juan Esteban y a mi esposo Esteban Escobar quienes son lo más importante en mi vida.

NANCY

ANA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	Páginas
Portada	i
Autoría	ii
Aval conferido por el Director de Tesis	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen	xv
Summary	xvi
Certificado	xvii
Introducción	xviii

CAPÍTULO I

1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	1
1.2.	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	3
1.3.	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	3
1.3.1.	Concepto de Gestión Administrativa y Financiera	3
1.3.2.	Importancia de Gestión Administrativa y Financiera	5
1.3.3.	Objetivos de Gestión Administrativa y Financiera	6
1.4.	EMPRESA	8
1.4.1.	Concepto de Empresa	8
1.4.2.	Importancia de Empresa	9
1.4.3.	Objetivos de Empresa	9
1.4.4.	Clasificación de Empresa	9

1.4.5.	Elementos de Empresa	10
1.5.	EMPRESAS FLORÍCOLAS	11
1.5.1.	Concepto de Empresas Florícolas	11
1.5.2.	Importancia de Empresas Florícolas	14
1.5.3.	Objetivos de Empresas Florícolas	15
1.6.	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	16
1.6.1.	Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa	16
1.6.2.	Importancia de la Responsabilidad Social Corporativa	17
1.6.3.	Objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa	18
1.6.4.	Alcance de la Responsabilidad Social Corporativa	18
1.6.5.	Ventajas de la Responsabilidad Social Corporativa	19
1.6.6.	Principios básicos de la Responsabilidad Social Corporativa	20
1.6.7.	Elementos de la Responsabilidad Social Corporativa	20
1.6.8.	Obligaciones de la Responsabilidad Social Corporativa	22
1.6.9.	Áreas de la Responsabilidad Social Corporativa	23

CAPÍTULO II

2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	26
2.1.	Introducción	26
2.2.	Descripción de la Metodología	27
2.3.	Preguntas Científicas	29
2.4.	Operacionalización de las Variables	29
2.5.	ANÁLISIS DE LA ENTREVISTAS	31
2.5.1.	Entrevista realizada al Ingeniero Diego Pontón Gerente Técnico de la Empresa “DECOFLOR” S.A	31
2.5.2.	Análisis de la Entrevista realizada a la Empresa “DECOFLOR” S.A	34
2.6.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS	37
2.6.1.	Encuesta aplicada al Jefe de Personal del Departamento de Recursos Humanos de las Empresas Florícolas del Sector de Lasso	37

2.7.	Conclusiones	48
2.8.	Recomendaciones	49

CAPÍTULO III

3.	ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR DE LASSO	50
3.1.	Introducción	50
3.2.	Justificación	51
3.3.	OBJETIVOS	52
3.3.1.	Objetivo General	52
3.3.2.	Objetivos Específicos	52
3.4.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	53
3.5.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	54
3.5.1.	MACROAMBIENTE	54
3.5.1.1.	Factor Geográfico	54
3.5.1.2.	Factor Político – Legal	54
3.5.1.3.	Factor Económico	55
3.5.1.4.	Factor Social	56
3.5.1.5.	Factor Tecnológico	56
3.5.2.	MICROAMBIENTE	57
3.5.2.1.	Clientes	57
3.5.2.2.	Proveedores	57
3.5.2.3.	Competencia	57
3.5.3.	F.O.D.A	58
3.6.	APLICACIÓN DE INDICADORES	61
3.6.1.	Indicadores de Eficiencia	61
3.6.2.	Indicadores de Cumplimiento	61
3.6.3.	Indicadores Ambientales	62

3.7.	La Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del Ecuador	63
3.8.	BENEFICIOS Y PERJUICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA	64
3.8.1.	Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa	64
3.8.2.	Perjuicios de la Responsabilidad Social Corporativa	66
3.9.	ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA	67
3.10.	Propuesta de Mejora	69
3.11.	Conclusiones	71
3.12.	Recomendaciones	72
3.13.	Bibliografía	73
3.13.1.	Bibliografía Consultada	73
3.13.2.	Bibliografía Citada	73
3.13.3.	Bibliografía Virtual	74

ÍNDICES DE CUADROS

Cuadro N° 2.1. Empresas Florícolas del Sector de Lasso	28
Cuadro N° 2.2. Operacionalización de Variables	30
Cuadro N° 3.1. Propuesta de la Responsabilidad Social Corporativa	53
Cuadro N° 3.2. Matriz F.O.D.A de las Empresas Florícolas	59
Cuadro N° 3.3. Empresas Florícolas del Sector de Lasso	60
Cuadro N° 3.4. Aplicación de Indicadores	61
Cuadro N° 3.5. Propuesta de Mejora	69

ÍNDICES DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.1. Categorías Fundamentales	3
Gráfico N° 1.2. Obligaciones de la Responsabilidad Social Corporativa	22
Gráfico N° 2.1. Aumento de la Contaminación del Medio Ambiente	37
Gráfico N° 2.2. Causa Principal de la Contaminación Ambiental	38
Gráfico N° 2.3. Utilización de la Indumentaria Adecuada	39
Gráfico N° 2.4. Conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa	40
Gráfico N° 2.5. Actividades que Contribuyen a la Responsabilidad Social	41
Gráfico N° 2.6. Actividad Primordial para el Mejoramiento de la Responsabilidad	42
Gráfico N° 2.7. Capacitaciones acerca de la Responsabilidad Social Corporativa	43
Gráfico N° 2.8. Tiempo de las Capacitaciones	44
Gráfico N° 2.9. Existencia de Liderazgo	45
Gráfico N° 2.10. Optimización de Recursos	46
Gráfico N° 2.11. Importancia del Análisis de la Responsabilidad	47

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla N° 2.1. Aumento de la Contaminación del Medio Ambiente	37
Tabla N° 2.2. Causa Principal de la Contaminación Ambiental	38
Tabla N° 2.3. Utilización de la Indumentaria Adecuada	39
Tabla N° 2.4. Conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa	40
Tabla N° 2.5. Actividades que Contribuyen a la Responsabilidad Social	41
Tabla N° 2.6. Actividad Primordial para el Mejoramiento de la Responsabilidad	42
Tabla N° 2.7. Capacitaciones acerca de la Responsabilidad Social Corporativa	43
Tabla N° 2.8. Tiempo de las Capacitaciones	44
Tabla N° 2.9. Existencia de Liderazgo	45
Tabla N° 2.10. Optimización de Recursos	46
Tabla N° 2.11. Importancia del Análisis de la Responsabilidad	47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Modelo de la Ficha de Observación

Anexo N° 2 Modelo del Cuestionario de la Entrevista

Anexo N° 3 Modelo de la Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

TEMA: “ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011”

Autoras: Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe

Pazmiño Velásquez Ana Lucía

Director: Ing. Guerrero Espinosa Mercy Elizabeth

RESUMEN

El presente análisis tiene como objeto mostrar los problemas o deficiencias que tienen las empresas florícolas, con el fin de optimizar el manejo de cada uno de sus recursos, evitando así la contaminación del medio ambiente y por ende problemas de salud en aquellas personas que mantienen relación directa con el uso de productos químicos. En el primer capítulo se realizó la búsqueda de los fundamentos teóricos que sustentaron la presente investigación, es por ello que partió desde la Gestión Administrativa y Financiera, las Empresas, las Empresas Florícolas y finalmente la Responsabilidad Social Corporativa. En el segundo capítulo se utilizaron diversas técnicas como las fichas de observación, las entrevistas y las encuestas que sirvieron para obtener información relevante sobre el compromiso que tienen las empresas florícolas con la comunidad y el medio ambiente. En el tercer capítulo se describió el diagnóstico situacional, el macro – micro ambiente, el FODA, la aplicación de indicadores, los beneficios - perjuicios de la Responsabilidad Social Corporativa con el propósito de emitir conclusiones y recomendaciones que ayuden a la solución de problemas que impiden el cumplimiento de los objetivos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

THEME: “CARRIED OUT A SOCIAL ANALYZES OF THE CORPORATIVE PERSONALITIES INTO THE FLOWER ENTERPRISES IN LASSO TOWN, LATAACUNGA CANTON, COTOPAXI PROVINCE, FROM JANUARY TO DECEMBER 2011”.

Authors: Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe

Pazmiño Velásquez Ana Lucía

Director: Ing. Guerrero Espinosa Mercy Elizabeth

ABSTRACT

The present analyses has as goal show the problems and deficiencies that the flower enterprises have, the purpose is optimize the handling recourses into it, however avoiding the environment pollution on the other hand health problems due to with people who have a direct relative with the chemical products usage. In the first chapter was realized the main research about the theoretical fundamention knowledge that support the present investigative work, though it was getting in point from the Administrative and Financial management, the flower enterprise, and finally the Social Corporative Responsibility. In the second chapter was applied sorts of techniques such as observational, interview and survey techniques, these ones allow as getting a relevant information over the duty which have the flower's enterprise with the community and the environment. In the third chapter the investigators described the diagnostic, in a macro – micro environment, the FODA, the indicators, the benefits appliances - Social Corporative Responsibility in the flower enterprise, with the aim of emitting conclusions and recommendations which allow for helping to solve the problems that makes troubles to get from the objective.

AVAL DE APROBACIÓN

Yo, **Msc. Jorge Luis Iza Pila** con cédula de ciudadanía N° **050296591-6**, en calidad de Docente de Inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi, tengo a bien **CERTIFICAR** que las egresadas **Jiménez Mallitásig Nancy Guadalupe** con c.c. **050315399-1** y **Pazmiño Velásquez Ana Lucía** con c.c. **050240754-7**; han realizado la debida revisión y corrección del Abstract de Tesis de Grado con el tema **“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO - DICIEMBRE 2011”**, el cual se encuentra bien estructurado por lo que doy fe del presente trabajo.

Por tal motivo las peticionarias pueden hacer uso del pertinente certificado para la presentación del mencionado trabajo investigativo.

Latacunga, Marzo 2013



Msc. Jorge Luis Iza Pila
c.c. 050296591-6

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa es una nueva estrategia que implicó el compromiso de las empresas florícolas, la comunidad, el medio ambiente, a través del desarrollo de varias actividades para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente.

Con la finalidad de evitar posibles daños sociales y ambientales, surgió la necesidad de analizar una propuesta que no pretendió cambiar sus obligaciones legales, normas, sino que contribuyan a mejorar la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas florícolas para mejorar el nivel de vida de los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.

Es importante señalar que, la ausencia de compromisos entre las empresas florícolas, la comunidad y el medio ambiente, puede causar graves daños ambientales, sobre todo problemas de salud, hasta la muerte de aquellas personas que se encuentran relacionadas en forma directa e indirecta con las organizaciones por la utilización y manipulación de productos químicos.

El Capítulo I contiene los fundamentos teóricos que sustentan la presente investigación, es por ello que parte desde la Gestión Administrativa y Financiera, la misma que es considerada como una herramienta mediante la cual se cumplen eficaz y eficientemente los objetivos planeados dentro de una organización. La Empresa, que es un ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que, al ser vendidos, producirá una renta que beneficia a los Estados y la sociedad en general. Las Empresas Florícolas, que son organizaciones integradas por un grupo de personas que uniendo capitales, trabajo buscan un bien común, mediante el desarrollo de actividades como el cultivo, producción y exportación de rosas de la más alta calidad. Finalmente está la Responsabilidad Social Corporativa que es la relación ética de la empresa con el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible

de la sociedad; preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras.

El Capítulo II contiene el Análisis e Interpretación de Resultados, la Investigación Descriptiva cuyo objetivo consistió en llegar a conocer las situaciones predominantes a través de la descripción exacta de las actividades y personas. Los métodos que se utilizaron fueron: el Método Inductivo que consistió en el estudio de hechos y fenómenos particulares; el Método Deductivo ya que a través del estudio de casos particulares nos permitió sustentar los fundamentos teóricos con respecto a la Responsabilidad Social Corporativa; el Método Estadístico que nos ayudó a recopilar, elaborar, interpretar y analizarla información obtenida. Las técnicas que se utilizó en la investigación fue la observación, la encuesta, la entrevista, cada una de ellas con su respectivo instrumento. Las Preguntas Científicas cuyas respuestas permitieron afirmar la verdad o la falsedad de las mismas. La Operacionalización de Variables cuyo propósito fue el de comprobar las preguntas científicas, para luego emitir conclusiones, recomendaciones sobre el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas Florícolas del Sector de Lasso, cantón Latacunga.

El Capítulo III comprendió la Propuesta del Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresa Florícolas del Sector de Lasso, razón por la cual se partió desde la justificación, objetivos y descripción de la propuesta, a través del estudio del ambiente macro y micro, también se realizó el análisis FODA de las empresas. Los indicadores que se aplicaron fueron: los indicadores de Eficiencia que son aquellos que se concentran en el cómo se hicieron las cosas y miden el rendimiento de los recursos utilizados por un proceso; mientras que los indicadores de Cumplimiento nos indican el grado de consecución de tareas - trabajos. Posteriormente se analizó en forma general la Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del País para conocer sus beneficios y perjuicios que se obtienen al aplicarla. Finalmente se realizó un Análisis profundo acerca de la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas Florícolas del Sector de Lasso para conocer sus ventajas, desventajas, para luego emitir conclusiones, recomendaciones sobre el tema en estudio.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes Investigativos

Acontecimientos recientes han puesto en duda la solvencia del que se creía consolidado modelo de gestión empresarial basado en la maximización del valor para el accionista, haciendo que se replanteen nuevamente las competencias y responsabilidad de las empresas.

La Responsabilidad Social Corporativa renueva la concepción de la empresa otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora que va más allá de la mera cuestión económica, en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), por medio de su Comisión de Responsabilidad Social Corporativa, ha iniciado una nueva línea de investigación dedicada al desarrollo científico de este modelo de gestión empresarial que afecta a todas las áreas funcionales de la empresa.

Al igual que para otros ámbitos de estudio (Información Financiera, Contabilidad de Gestión) se ha elaborado un primer trabajo sobre el Marco Conceptual con el propósito de dotar a la Responsabilidad Social Corporativa de una base teórica consistente, con los conceptos básicos y objetivos principales, que facilite el desarrollo de la disciplina y su aplicación por las organizaciones.

Este primer documento no sólo va a servir de referencia y guía para trabajos sucesivos de la Comisión, sino que además pretende ser un instrumento útil para las empresas y todos sus grupos de interés, en la identificación y comprensión de todos los elementos que comprende la Responsabilidad Social Corporativa y su aplicabilidad.

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la Responsabilidad Social Corporativa, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, etc.

Este capítulo abarca los fundamentos teóricos que sustentan la presente investigación, es por ello que parte desde la Gestión Administrativa y Financiera, la misma que es considerada como una herramienta mediante la cual se cumplen eficaz y eficientemente los objetivos planeados dentro de una organización.

Posteriormente tenemos la Empresa, que es un ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia a los Estados y la sociedad en general a través de la generación de fuentes de trabajo para mejorar su estilo de vida.

Por otro lado se encuentran las Empresas Florícolas, las mismas que son organizaciones integradas por un grupo de personas que uniendo capitales, buscan un bien común, mediante el desarrollo de actividades como el cultivo, producción y exportación de rosas de la más alta calidad, a la vez, crean fuentes de trabajo lo que contribuye a que la sociedad pueda mejorar su estilo de vida.

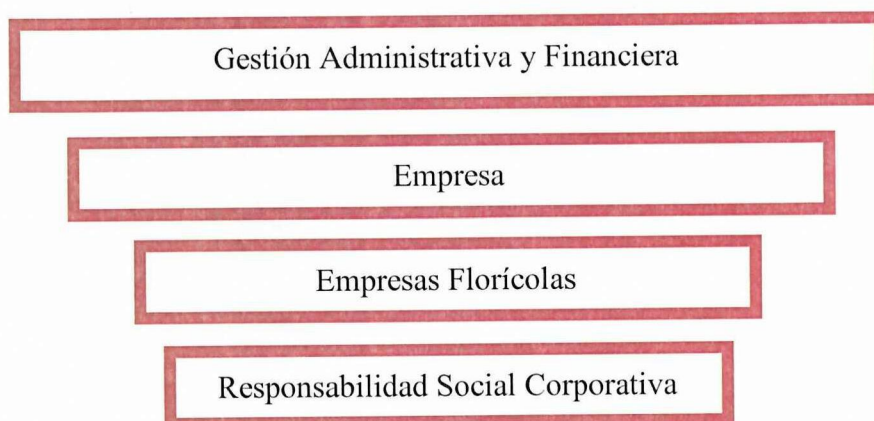
Finalmente está la Responsabilidad Social Corporativa que es la relación ética de la empresa con el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, contribuyendo de esta manera a mejorar el estilo de vida de la sociedad.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Las Categorías Fundamentales son aquellas que permiten estructurar el marco teórico de acuerdo con el objeto de estudio, es decir, son las dimensiones con las que se elabora el objeto de la investigación, para ello se utiliza los conceptos que sean significativos.

GRÁFICO N° 1.1

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Fuente: Anteproyecto de Tesis
Elaborado: Las Tesistas

1.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

La Gestión Administrativa y Financiera ha tomado mayor importancia con el transcurso del tiempo, a medida que las actividades de las empresas crecen, su ejecución compromete la utilización de considerables erogaciones, lo que obliga a los directivos a una administración financiera, técnica, racional de sus recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y de tiempo. Por esta razón la gerencia financiera se encarga de la eficiente administración del capital de trabajo dentro de un equilibrio de los criterios de riesgo y rentabilidad, además de orientar la estrategia financiera.

1.3.1. Concepto de Gestión Administrativa y Financiera

Según SÉRVULO, Anzola, (2007), manifiesta que Gestión Administrativa y Financiera son

“Todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la utilización adecuada de los recursos existentes dentro de la empresa, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planificación, organización, dirección y control, lo cual generaran un alto nivel de productividad”. (p. 11)

Para HIRT, Geoffrey, (2006), la Gestión Administrativa y Financiera es

“El estudio de las metas y objetivos de la organización mediante un análisis y la toma de decisiones, acciones relacionadas con los medios financieros y administrativos que permitan obtener la mejor mezcla de alternativas para el establecimiento de políticas adecuadas que permitan ir acorde con los objetivos de la empresa, controlando cada uno de los recursos en función de la búsqueda del equilibrio de los componentes que forman parte de la empresa”. (p. 29)

Desde finales del siglo XIX se ha tomado la costumbre de definir a la Gestión Administrativa en términos de cuatro funciones que deben llevar a cabo los respectivos gerentes de una empresa: el planeamiento, la organización, la dirección y el control.

Por lo tanto, la Gestión Administrativa en una empresa se encarga de realizar estos procesos recién mencionados utilizando todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma.

En la Gestión Administrativa, la persona responsable se encarga de garantizar la disposición de determinadas capacidades, habilidades, por ejemplo, la capacidad de liderazgo, la de dirección, en especial, la capacidad de motivación que le puede proporcionar a su equipo de trabajo, como complemento para lograr el desarrollo de estas capacidades debe disponer de fundamentos coherentes cuando lleve a

cabo la utilización de los recursos económicos, materiales y humanos para el cumplimiento de los objetivos.

La Gestión Financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros, es decir, es un proceso que involucra los ingresos, egresos a través del manejo racional del dinero y en consecuencia la rentabilidad (financiera) generada por él mismo. Esto nos permite definir el objetivo básico de la Gestión Financiera desde dos elementos que son: la de generar recursos o ingresos incluyendo los aportados por los asociados; en segundo lugar la eficiencia, eficacia en el control de los recursos financieros para obtener niveles aceptables y satisfactorios en su manejo, además es la que se encarga del manejo de fondos de las organizaciones. En las grandes empresas depende del Gerente Financiero; en las medianas empresas del Gerente Administrativo y en las pequeñas empresas del Dueño.

1.3.2. Importancia Gestión Administrativa y Financiera

La Gestión Administrativa y Financiera ha tomado mayor importancia con el transcurso del tiempo, a medida que las actividades de las empresas crecen, su ejecución compromete la utilización de considerables erogaciones, lo que obliga a los directivos a una administración financiera, técnica, racional de sus recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y de tiempo.

Frente a la Gestión de la Administración Financiera el responsable debe proveer todas las herramientas necesarias para realizar las operaciones fundamentales de la empresa frente al control, en las inversión, el manejo de recursos, en la consecución de nuevas fuentes de financiación, en mantener la efectividad, eficiencia operacional, administrativa, en la confiabilidad de la información financiera, en el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, pero sobre todo en la toma de decisiones.

Es decir, la Gestión Administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de empezar un negocio debido a que de ella dependerá el éxito o fracaso que tenga dicho negocio o empresa. La Gestión Financiera está íntimamente relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño,

composición de los activos, estructura de la financiación, a la política de dividendos, enfocándose en dos factores primordiales como la maximización del beneficio y la maximización de la riqueza, para lograr estos objetivos una de las herramientas más utilizadas para que la Gestión Financiera sea realmente eficaz es el control de gestión, que garantiza en un alto grado la consecución de las metas fijadas por los creadores, responsables y ejecutores del plan financiero.

1.3.3. Objetivos Gestión Administrativa y Financiera

- Optimizar los recursos administrativos y financieros.
- Desarrollar las actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo como son: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.
- Promover esquemas que aseguren mayor compromiso de todas las dependencias de la institución, agilizando los procesos internos.
- Convertir a la visión y misión en operaciones monetarias.
- Cumplir con las metas y objetivos establecidos.
- Generar un alto nivel de productividad.
- Tomar decisiones relacionadas con los medios financieros y administrativos.
- Establecer políticas adecuadas que permitan ir acorde con los objetivos de la empresa.
- Planear el crecimiento de la empresa, tanto táctica como estratégica.
- Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente. asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.
- Optimizar los recursos financieros.
- Minimizar la incertidumbre de la inversión.
- Maximización de las utilidades.
- Maximización del Patrimonio Neto.

- Analizar la empresa, independientemente de su tamaño, identificando cuatro áreas básicas para su manejo: Mercadeo, Producción, Administración de Personal y Finanzas.
- En el área de Mercadeo el objetivo básico está definido por la satisfacción de las necesidades de los consumidores, complementado con otros objetivos tales como penetración de mercados, metas de ventas, canales de distribución, etc., para lo cual se recurre a la utilización de una serie de herramientas, tales como investigación: de mercados, promoción, publicidad, sistemas de distribución y otros.
- En el área de Producción el objetivo básico es la fabricación de la cantidad óptima de unidades al menor costo posible, con la mejor calidad, en un tiempo específico, así como entre otros lograr niveles mínimos de desperdicio, niveles óptimos de eficiencia en maquinaria y mano de obra.
- El área de Administración de Personal busca fundamentalmente alcanzar la satisfacción de las necesidades de los trabajadores, complementado con la capacitación, la recreación, el bienestar social entre otros del talento humano, recurriendo a herramientas tales como técnicas de motivación, estudios salariales, círculos de calidad y otros.
- Por último, el objetivo básico Financiero está definido, no como cree mucha gente en la maximización de utilidades, sino como la maximización de la riqueza de los dueños de la empresa, la cual viene a ser igual a la maximización del valor de la empresa.
- Otros objetivos que pueden considerarse son la obtención de un nivel satisfactorio de beneficios, el de maximización del volumen de ventas, la maximización de la utilidad para los dirigentes asegurando previamente un nivel mínimo de beneficios y la supervivencia de la empresa.

Las postulantes manifiestan que la Gestión Administrativa y Financiera es la capacidad que tiene la empresa para conseguir, analizar todos sus recursos disponibles con la finalidad de cumplir eficientemente cada uno de sus objetivos,

tomar decisiones en el momento oportuno, evitando así posibles falencias dentro de la Gestión Administrativa y Financiera, es decir, se debe planificar, organizar y controlar cada una de las funciones o actividades encomendadas al personal, ya que de ella dependerá el éxito o fracaso de la organización, generando así mayores ingresos para cumplir con los objetivos y metas establecidas con anticipación.

1.4. EMPRESA

Es una organización, institución o industria que se dedica a ofrecer productos o servicios, aprovechando al máximo los recursos existentes, tiene como finalidad la persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Es decir, una Empresa es aquella entidad económica que oferta o presta servicios a la comunidad, aprovechando todos aquellos elementos que la componen y que generan grandes beneficios para la sociedad.

1.4.1. Concepto de Empresa

Según ZAPATA, Pedro, (2008), manifiesta que Empresa es

“Un ente económico, cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes, servicios que, al ser vendidos producirán una renta que beneficia al empresario, Estado y a la sociedad; además se considerarán empresas, las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular”. (p. 5)

Para BRAVO, Mercedes, (2006) manifiesta que Empresa es

“Una entidad compuesta por capital, trabajo que se dedica a las actividades de producción, comercialización, prestación de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la colectividad, creando fuentes de trabajo para mejorar el estilo de vida de las personas y por ende el desarrollo del país”. (p. 3)

1.4.2. Importancia de la Empresa

- **Incremento constante de la productividad:** organización eficiente de los factores productivos.
- **Proveer de bienes a la sociedad:** incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes.

1.4.3. Objetivos de la Empresa

Definir la misión, la misma que debe tener las siguientes características:

- Cuantificables.
- Medibles.
- Redactados de forma breve, concisa y clara.
- Alcanzables.

Delimitar los objetivos de la empresa, los mismos que deben ser coherentes con la misión y entre sí, de tal manera que sean alcanzables para beneficio de la empresa y su conjunto.

1.4.4. Clasificación de la Empresa

La clasificación de las Empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

Según su naturaleza:

- **Industriales.-** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos, destinados para la comercialización.
- **Comerciales.-** Se dedican a la compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- **Servicios.-** Ofrecen servicios a la colectividad.
- **Agropecuarias.-** Son aquellas que explotan los productos agrícolas y pecuarios, es una unidad de producción cuyo objetivo es maximizar sus beneficios.

- **Mineras.-** Son aquellas que se dedican y tienen como objetivo principal la explotación de los recursos del subsuelo, para la fabricación de sus derivados.

Según el sector:

- **Públicas.-** Cuyo capital pertenece al sector público.
- **Privadas.-** Cuyo capital pertenece al sector privado.
- **Mixtas.-** Cuyo capital es del sector público y privado.

Según la integración del capital:

- **Unipersonales.-** El capital es el aporte de una sola persona.
- **Pluripersonales.-** El capital pertenece a dos o más personas naturales.

1.4.5. Elementos de la Empresa

Se consideran elementos de la Empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento. Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

- **El empresario:** Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa. No siempre coinciden la figura del empresario y la del propietario, puesto que se debe diferenciar el director, que administra la empresa, de los accionistas y propietarios que han arriesgado su dinero.
- **Los trabajadores:** Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.
- **La tecnología:** Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).
- **Los proveedores:** Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

Las investigadoras manifiestan que empresa es una entidad u organización que utiliza, organiza los factores productivos como son: naturaleza, trabajo, capital para generar bienes, servicios que satisfagan las necesidades de la colectividad, con una sola finalidad, la persecución de fines económicos o comerciales. Es decir satisface las necesidades de la sociedad, generando una utilidad rentable.

1.5. EMPRESAS FLORÍCOLAS

Son organizaciones integradas por un grupo de personas que uniendo capitales, trabajo, buscan un bien común, mediante el desarrollo de actividades como el cultivo, producción y exportación de flores de la más alta calidad con la finalidad de obtener mayor rendimiento económico.

1.5.1. Concepto de Empresas Florícolas

Según SORIANO, Juan, (2001), manifiesta que Empresas Florícolas son

“Empresas privadas que se dedican al cultivo, producción y comercialización en su gran mayoría de rosas de la más alta calidad destinadas a satisfacer los deseos, las necesidades y expectativas de sus clientes nacionales e internacionales”. (p. 4)

Según FAINSTEIN, Rubén. (1997), considera que las Empresas Florícolas son

“Aquellas que se dedican al cultivo de rosas en grandes extensiones de terreno, las mismas que requieren de ciertos elementos químicos para su producción, cumpliendo así con los requisitos de calidad para su posterior exportación y por ende generando ingresos económicos para la empresa”. (p. 7)

Las Empresas Florícolas crean fuentes de trabajo lo que contribuye a que la sociedad pueda mejorar su estilo de vida, sobre todo son consideradas como una de las principales fuentes económicas para el Ecuador, lo que da como resultado el desarrollo del país.

Origen de las Rosas: Las rosas se cultivaban en los famosos jardines de Babilonia, fueron muy populares también entre griegos y romanos. Las rosas eran

consideradas como símbolo de belleza por babilonios, sirios, egipcios, romanos y griegos. Aproximadamente 200 especies botánicas de rosas son nativas del hemisferio norte, aunque no se conoce la cantidad real debido a la existencia de poblaciones híbridas en estado silvestre. Las primeras rosas cultivadas eran de floración estival, hasta que posteriores trabajos de selección y mejora realizados dieron como resultado la "rosa de té" que fue introducida en el año de 1793, a partir de ese año las empresas han buscado la manera de ir innovando las variedades para cumplir de esta manera las expectativas de sus clientes.

Taxonomía y Morfología de las Rosas: Perteneciente a la familia *Rosáceas*, cuyo nombre científico es *Rosa sp.* Actualmente, las variedades comerciales de rosas son híbridos de especies de rosas desaparecidas.

Los rosales floribunda presentan flores en racimos, de las cuales algunas pueden abrirse simultáneamente. Las flores se presentan en una amplia gama de colores: rojo, blanco, rosa, amarillo, lavanda, etc., con diversos matices y sombras.

Material Vegetal de las Rosas: Las cualidades deseadas de las rosas para corte, según los gustos y exigencias del mercado son:

- Tallo largo y rígido: 50-70 cm, según zonas de cultivo.
- Follaje verde brillante.
- Flores: apertura lenta, buena conservación en florero.
- Buena resistencia a las enfermedades.
- Posibilidad de ser cultivados a temperaturas más bajas, en invierno.

Multiplicación de las Rosas: La propagación se puede llevar a cabo por semillas, estacas, injertos de yema, aunque es este último el método más empleado a nivel comercial.

Requerimientos Climáticos de las Rosas:

- **Temperatura:** Para la mayoría de los cultivares de rosa, las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17°C a 25°C, con una mínima de 15°C durante

la noche y una máxima de 28°C durante el día. Pueden mantenerse valores ligeramente inferiores o superiores durante períodos relativamente cortos sin que se produzcan serios daños, pero una temperatura nocturna continuamente por debajo de 15°C retrasa el crecimiento de la planta, produce flores con gran número de pétalos y deformes. Temperaturas excesivamente elevadas también dañan la producción, apareciendo flores más pequeñas de lo normal, con escasos pétalos y de color más cálido.

- **Iluminación:** El índice de crecimiento para la mayoría de los cultivares de rosa sigue la curva total de luz a lo largo del año. Así, en los meses de verano, cuando prevalecen elevadas intensidades luminosas y larga duración del día, la producción de flores es más alta que durante los meses de invierno.

Cultivo en Invernadero de las Rosas: Con el cultivo de las rosas bajo invernadero se consigue producir flor en épocas y lugares en los que de otra forma no sería posible, consiguiendo los mejores precios.

- **Preparación del suelo:** Para el cultivo de rosas el suelo debe estar bien drenado y aireado para evitar encharcamientos. Las rosas toleran un suelo ácido, aunque el pH debe mantenerse en torno a 6.
- **Plantación:** La época de plantación va de noviembre a marzo. Esta se realizará lo antes posible a fin de evitar el desecamiento de las plantas.
- **Fertilización:** Actualmente la fertilización se realiza a través de riego. Posteriormente también es conveniente controlar los parámetros de pH y conductividad eléctrica.
- **Formación de las plantas y poda posterior:** Los arbustos de dos años ya tienen formada la estructura principal de las ramas y su plantación debe realizarse de forma que el injerto de yema quede a nivel del suelo o enterrado cerca de la superficie. Las primeras floraciones tenderán a producirse sobre brotes relativamente cortos y lo que se buscará será la producción de ramas y más follaje antes de que se establezca la floración, para lo cual se separan las primeras yemas florales tan pronto como son visibles.

Recolección de las Rosas: Generalmente el corte de las flores se lleva a cabo en distintos estados, dependiendo de la época de recolección. Así, en condiciones de alta luminosidad durante el verano, la mayor parte de las variedades se cortan cuando los sépalos del cáliz son reflejos y los pétalos aún no se han desplegado. Sin embargo, el corte de las flores durante el invierno se realiza cuando están más abiertas, aunque con los dos pétalos exteriores sin desplegarse.

Postcosecha: En la postcosecha intervienen varios factores, en primer lugar hay que tener en cuenta que cada variedad tiene un punto de corte distinto y por tanto el nivel de madurez del botón y el tallo va a ser decisivo para la posterior evolución de la flor.

Comercialización: La clasificación de las rosas se realiza según la longitud del tallo, existen pequeñas variaciones en los criterios de clasificación, es decir, algunos clientes desean las rosas con tallos gruesos, largos; en definitiva, depende del gusto y preferencia del cliente.

La comercialización es un factor clave para que un emprendimiento pueda sostenerse y crecer. Al mismo tiempo, es un punto débil de los emprendedores.

1.5.2. Importancia de las Empresas Florícolas

Desde la mitad de la década de los ochenta, la producción de flores ha crecido a un ritmo acelerado, hasta convertir al Ecuador en el segundo exportador de Sudamérica, detrás de Colombia. Los mayores centros de producción de flores (especialmente de rosas) están ubicados en las cercanías de la capital (Tumbaco, Cayambe, El Quinche), en sitios que alcanzan los 2 000 metros sobre el nivel del mar, donde la iluminación del sol es mayor (por la zona ecuatorial), la temperatura es estable durante todo el año, condiciones que mejoran la calidad y belleza del producto. No obstante, también se cultivan en Cotopaxi, Guayas, Los Ríos, Manabí, Esmeraldas, El Oro y Amazonía.

Las flores más vendidas en el mundo son, en primer lugar, las rosas seguidas por los crisantemos, los tulipanes y los claveles. Ninguna flor ornamental ha sido y es tan deseada como la rosa.

Las Empresas Florícolas del país se han convertido en una actividad muy importante que con el pasar de los años se ha consolidado principalmente en el mercado norteamericano y en Europa, lo cual ha contribuido a generar empleo y divisas para el país. La participación del sector floricultor dentro de las exportaciones totales se ha incrementado año tras año. En 1992, la exportación de flores alcanzó los \$30 millones; en 2001, ascendió a \$229 millones; en 2003, llegó a \$294 millones; y solo en los cinco primeros meses de este año se situó en \$152 millones; según reportes del Banco Central. Para el año 2013, existe una proyección de crecimiento del 10%.

El incremento de las exportaciones de flores, en los próximos años, dependerá de la capacidad de las empresas para crear sus propias oportunidades, sus nichos de negocios, sus cadenas de distribución, pero sobre todo de los mecanismos que utilicen para incentivar el consumo en Europa y los Estados Unidos, que son los mayores compradores mundiales.

Los principales consumidores de la flor ecuatoriana son los Estados Unidos, Canadá, Holanda, Alemania, Rusia e Italia. También se exporta en menores cantidades a Francia, Suiza, España y Argentina. Las épocas más importantes para el negocio son las festividades de San Valentín y el Día de las Madres, es decir, si hay un buen Valentín se asegura el futuro de todo el año de la empresa.

Actualmente, la exportación de flores no paga ningún arancel para ingresar a Estados Unidos, por lo que un Acuerdo de Libre Comercio constituye una necesidad para la industria florícola nacional.

En lo que respecta a la generación de empleo, se estima que aproximadamente laboran en forma directa e indirecta 70 mil personas, especialmente en el sector rural.

1.5.3. Objetivos las Empresa Florícolas

- Obtener rosas de calidad.
- Utilizar abonos químicos en menor cantidad.

- Utilizar abonos orgánicos en mayor cantidad como por ejemplo el humus.
- Generar fuentes de trabajo que mejoren el estilo de vida de las personas.
- Innovar las variedades para obtener mayor demanda de sus productos.
- Incrementar las ventas para obtener más utilidades.
- Cuidar el medio ambiente a través del uso adecuado de los abonos, fertilizantes y demás productos químicos.
- Abrir mercados nacionales e internacionales con nuevas variedades de rosas.
- Capacitar al personal de cada una de las áreas existentes en la florícola de forma permanente para obtener un producto de la más alta calidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y del mercado.

Las postulantes manifiestan que las Empresas Florícolas son aquellas de carácter privado, que uniendo su capital, trabajo pueden lograr la producción y comercialización de rosas de la más alta calidad a través de la utilización de abonos químicos y orgánicos que son considerados como el complemento de su proceso productivo.

1.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa se la considera como la relación ética de la empresa con las metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, respetando los recursos ambientales y culturales.

1.6.1. Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa

Según LAWRENCE, Gitman y CARL, McDaniel, (2008), manifiestan que Responsabilidad Social Corporativa es

“El interés que muestran las empresas por el bienestar de la sociedad entera, la cual consiste en asumir obligaciones que van más allá de las requeridas por las leyes o por los contratos sindicales; destacando que la responsabilidad social es

voluntaria y sus obligaciones recaen en los inversionistas, trabajadores, proveedores, consumidores y las comunidades en general”. (p. 87)

Para GRIFFIN, Ricky W, y EBERT, Ronal. (2005), consideran que la Responsabilidad Social Corporativa es

“El intento de una empresa por balancear sus compromisos con grupos e individuos de su ambiente de negocios, incluye otras empresas, empleados, inversionistas, comunidades locales, es decir, mantener y preservar el medio ambiente así como la estabilidad laboral de las personas que intervienen en la misma”. (p. 134)

1.6.2. Importancia de la Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa muestra una gran influencia positivamente en la competitividad de las empresas de las siguientes formas:

- Mejora de los productos o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.
- Mayor motivación, capacitación y fidelidad de los trabajadores, lo cual aumenta su creatividad e innovación, para el desarrollo de cada una de sus actividades.
- Mejor imagen pública, debido a premios o a un mayor conocimiento de la empresa en la comunidad.
- Mejor posición en el mercado laboral.
- Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad para beneficio de todos quienes conforman la empresa.
- Mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos, financieros, materiales, y productivos.

- Incremento de la facturación, en cuanto a ventas se refiere como consecuencia de los elementos citados.

1.6.3. Objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa

Los objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa están vinculados a las necesidades de los grupos de interés o grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto. Estos grupos de interés equivalen a los tradicionalmente denominados en la Contabilidad Financiera, usuarios, en un enfoque de empresa socialmente responsable que se considera ciudadano corporativo.

Dentro de los grupos de interés podemos identificar aquellos que se encuentran dentro de la estructura de la organización, denominados internos y externos que no están en su estructura, pero que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica.

El objetivo básico de la Responsabilidad Social Corporativa es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés, que genere externalidades socialmente responsables, todo ello sin olvidar que debe permitirse una generación de beneficios suficientes, sin necesidad de buscar su maximización.

1.6.4. Alcance de la Responsabilidad Social Corporativa

En este escenario cambiante, donde aparece la Responsabilidad Social Corporativa se pueden visualizar los siguientes alcances:

- **Alcance social y de desarrollo:** La Responsabilidad Social Corporativa se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa.
- **Alcance solidario e igualitario:** En este elemento la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas.

- **Alcance de auto referencia:** Se considera la relación que se produce entre la empresa con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa.
- **Alcance ético sistémico:** Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente.
- **Alcance ético y de valores:** Considera a la Responsabilidad Social Corporativa como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

1.6.5. Ventajas de la Responsabilidad Social Corporativa

Para la empresa, comunidad y el interés público, la Responsabilidad Social Corporativa puede brindar las siguientes ventajas:

- Contribución a la democracia
- Lucha contra la pobreza y contribución al desarrollo
- Incentivo a la probidad administrativa
- Reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos
- Respeto de las condiciones de competencia
- Transferencia de tecnología
- Preservación del Medio Ambiente
- Estimula la productividad de los trabajadores
- Asegura mayor satisfacción de los clientes
- Mejora la imagen y reputación de una empresa
- Disminución de los costos

- Cumplimiento de las leyes y reglamentos

1.6.6. Principios Básicos de la Responsabilidad Social Corporativa

- **Transparencia.-** Está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.
- **Materialidad.-** La organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos
- **Verificabilidad.-** Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa, la misma que está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
- **Visión amplia.-** La organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social corporativa en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.
- **Mejora continua.-** La Responsabilidad Social Corporativa va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.
- **Naturaleza social de la organización.-** La Responsabilidad Social Corporativa está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico.

1.6.7. Elementos de la Responsabilidad Social Corporativa

- **Gobierno corporativo.-** Es la forma en que las empresas se organizan, son dirigidas y controladas. La Responsabilidad Social Corporativa aplicada al gobierno corporativo implica la presencia e influencia de los principios

sociales, medioambientales de gestión en los órganos que ejercen dicha dirección y control de las empresas.

- **Dirección estratégica.-** Está orientada a satisfacer necesidades diversas, a veces contrapuestas, de los distintos grupos de interés, introduce factores diferenciales de innovación, que desarrollados adecuadamente con los aspectos de dirección y gestión, que otorgan a la empresa ventajas competitivas duraderas.

El proceso estratégico sirve para analizar la importancia de dichos grupos en la consecución de los objetivos marcados, así como los riesgos de no alcanzar éstos por la influencia de aquellos. Este proceso estratégico parte de la misión, visión y objetivos enunciados desde una perspectiva social para, a continuación, formular, programar, implantar y controlar la estrategia social.

- **Gestión y Control Interno.-** La gestión o comportamiento socialmente responsable implantará estrategias, sistemas de gestión que contemplen no sólo aspectos económicos, sino también sociales, medioambientales, que satisfagan las necesidades y expectativas de los grupos de interés. La aplicación de sistemas de gestión medioambiental ISO 14001 y sociales SA 8000 generalmente aceptados pueden resultar de gran ayuda para una efectiva implantación de la estrategia social.

El control interno se encargará de medir el grado de cumplimiento de las estrategias sociales y medioambientales a través de los mecanismos de diagnóstico más objetivos y fiables posible.

- **Información corporativa y verificación.-** En la medida que el principal instrumento del principio de transparencia es la información, la organización deberá orientar parte de sus esfuerzos a proporcionar información externa relativa a su impacto económico, social y medioambiental.
- **Certificación.-** Confirma el grado de cumplimiento de una serie de requisitos y especificaciones, una vez realizadas las correspondientes comprobaciones de acuerdo a unos sistemas y metodología específicos. Las certificaciones en

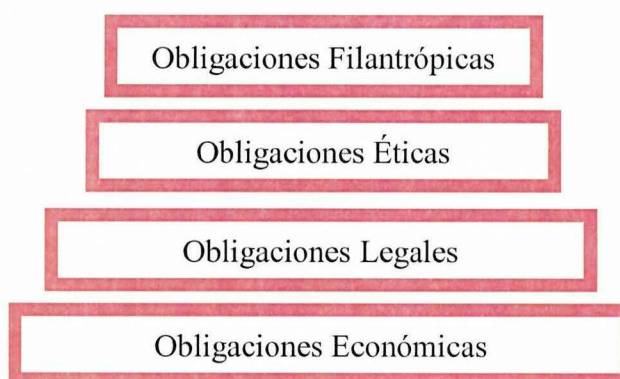
materia de responsabilidad social corporativa tienen un doble objetivo; primero pretenden, consolidar los sistemas de gestión con los que cuenta la empresa; y segundo, intentan servir de garante frente a terceros del cumplimiento de determinados comportamientos corporativos.

- **Inversión socialmente responsable.-** Es la expresión más extendida del apoyo de los mercados financieros a las buenas prácticas en Responsabilidad Social Corporativa. Inversión socialmente responsable es aquella que incorpora consideraciones éticas, sociales o medioambientales junto a las financieras en la toma de decisiones de inversión, tanto por la empresa como por los agentes inversores externos.
- **Comunicación y reconocimiento externo.-** El conocimiento y el grado de implantación de la responsabilidad social corporativa van a depender directamente de la divulgación y reconocimiento público otorgado a las mejores prácticas.

1.6.8. Obligaciones de la Responsabilidad Social Corporativa

GRÁFICO N° 1.2

PIRÁMIDE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS



Fuente: El futuro de los Negocios
Elaborado: Las Tesistas

- **Obligaciones Económicas.-** Dado que una empresa debe ser rentable para poder sobrevivir, sus obligaciones económicas constituyen la base de la pirámide. Es decir, la base fundamental para el desarrollo de una empresa es

cumplir con las demandas o deseos de la sociedad, para de esta manera generar una utilidad y alcanzar el éxito.

- **Obligaciones Legales.-** Las empresas evidentemente deben respetar las leyes. El segundo nivel de la pirámide reconoce que las consideraciones de orden jurídico también son necesarias para que una empresa tenga éxito.
- **Obligaciones Éticas.-** Las obligaciones éticas descansan sobre la base de las económicas y las legales, es decir, una empresa no puede atender las cuestiones éticas mientras no haya asegurado su posición económica – legal.
- **Obligaciones Filantrópicas.-** Las obligaciones filantrópicas están en el nivel más alto del triángulo y solo se pueden considerar cuando las obligaciones económicas, legales y éticas han sido cumplidas.

1.6.9. Áreas de la Responsabilidad Social Corporativa

Cuando una empresa define su sentido de responsabilidad social corporativa está confrontando normalmente cuatro áreas de interés, que son:

- **Responsabilidad para con los Empleados.-** La primera responsabilidad que tiene una empresa es ofrecer empleo a sus trabajadores, conservar los empleos de las personas y darles tiempo a estas para que puedan gozar del fruto de su trabajo es lo máximo que una empresa puede hacer por la sociedad.

Las actividades de administración de recursos humanos son esenciales para lograr un funcionamiento apropiado de los negocios, las actividades de reclutamiento, contratación, promoción y compensación son las bases para ejercer la responsabilidad social hacia los empleados.

- **Responsabilidad hacia los Consumidores.-** Una empresa que no actúa de manera responsable hacia sus consumidores perderá su confianza y por lo tanto, la posibilidad de hacer negocios. Las prácticas empresariales poco éticas e irresponsables hacia los consumidores pueden resultar en penalizaciones impuestas por el gobierno y en costosos litigios civiles. La Responsabilidad Social Corporativa hacia los clientes generalmente caen en dos categorías:

proveer productos de calidad y fijar precios en los productos. Las empresas deben satisfacer a sus clientes, cumplir sus promesas, deben ser sinceros y honestos con los mismos.

- **Responsabilidad hacia el Medio Ambiente.-** Las empresas también son responsables de proteger y mejorar el frágil entorno ambiental de la Tierra, los bosques están siendo destruidos a gran velocidad. Para detener la depredación de los recursos naturales, muchas empresas están asumiendo mayor responsabilidad ambiental.

El control de la contaminación, la inyección de sustancias dañinas en el medio ambiente es un reto significativo para las empresas, aunque la contaminación está ganando un interés creciente, el aire, el agua, el suelo y la contaminación de la tierra permanece como el más grande de los problemas.

- **Responsabilidad para con los Inversionistas.-** Debido a que los accionistas son los propietarios de una empresa, pudiera sonar extraño escuchar que una empresa puede actuar irresponsablemente para con sus inversionistas. Los administradores pueden abusar de sus responsabilidades con los inversionistas, es decir, abusar de los recursos financieros de la empresa.

Si bien podríamos decir que la principal obligación de una empresa es producir ganancias para sus accionistas, cada vez hay más inversionistas que están concediendo mayor importancia a diversos aspectos de su responsabilidad social. Algunos inversionistas están destinando dinero exclusivamente en acciones de empresas que ciñen a lo que ellos creen respecto a sus obligaciones éticas y sociales, adoptando una actitud que se conoce como inversión social.

Una empresa socialmente responsable es la que cumple con un conjunto de normas, principios referentes a la realidad social, económica y ambiental que se basa en valores, que le ayudan a ser más productiva. Es decir, una empresa socialmente responsable establece como principales estándares en su cultura organizacional, la ética, la moral, y todo lo que se refiere a valores.

Una empresa socialmente responsable cuentan con políticas, programas y estrategias que favorecen a un pleno desarrollo humano, para dar ejercicio a una Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad.

La Responsabilidad Social Corporativa se enfatiza en el crecimiento de la empresa sujetándose a los valores éticos y cumpliendo con los requerimientos legales, responsabilizándose ante los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad, es aquel compromiso voluntario de las organizaciones para asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico; no son obligaciones ni imposiciones a las empresas, son acciones voluntarias nacidas de la ética empresarial. Una empresa socialmente responsable es aquella que asume en todas sus decisiones el compromiso social, se arraiga en la acción y decisión de los directivos, así como en todo su personal de mando, reafirmando el compromiso de la empresa, transformando su cultura empresarial, incorporando de forma voluntaria valores éticos en sus acciones, de manera de no depender del cumplimiento obligatorio de reglamentos, sino que actuar con probidad, respetando el medio ambiente y trabajando para que sus operaciones no conlleven un impacto negativo.

Las investigadoras aducen que la Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso que toda entidad tiene al operar de manera económica o ambientalmente, sostenible mientras reconocen los intereses de los integrantes de la misma: inversionistas, clientes, empleados, socios de negocios, comunidades locales, el ambiente, la sociedad en general. Con la finalidad de sobrevivir en un nivel de vida en el que se pueda mantener los recursos naturales disponibles, sin causar daño a la biodiversidad, el clima y los ecosistemas.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1. Introducción

El capítulo II abarca el Análisis e Interpretación de Resultados, es por ello que partió desde el tipo de investigación que fue la Investigación Descriptiva, cuyo objetivo consistió en llegar a conocer las situaciones, actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Los métodos que se utilizaron fueron: el Método Inductivo que consintió en el estudio de hechos y fenómenos particulares; el Método Deductivo ya que a través del estudio de casos particulares nos permitió sustentar los fundamentos teóricos con respecto a la Responsabilidad Social Corporativa por separado para luego reconstruirlos a partir de análisis de los mismos; y finalmente el Método Estadístico que nos ayudó a recopilar, elaborar, interpretar y analizarla información obtenida.

Las técnicas que se utilizó en la investigación fueron la observación, la encuesta, la entrevista, cada una de ellas con su respectivo instrumento. Las Preguntas Científicas cuyas respuestas permitieron afirmar la verdad o la falsedad de las mismas. La Operacionalización de Variables cuyo propósito fue el de comprobar las preguntas científicas, para luego emitir conclusiones, recomendaciones sobre el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del sector de Lasso, cantón Latacunga.

2.2 Descripción de la Metodología

En la presente investigación, la metodología está dirigida a las empresas florícolas del sector de Lasso, ya que, en ellas se determinaron las posibles deficiencias existentes que abarca la Responsabilidad Social Corporativa tanto en el ambiente interno como externo. Razón por la cual, para la ejecución del presente trabajo se utilizó la Investigación Descriptiva, con la finalidad de emitir conclusiones y recomendaciones, de tal manera que les permitan corregirlos y así lograr un mejor desarrollo de las mismas.

Los métodos que se utilizaron para el presente trabajo fueron los más apropiados para la respectiva investigación, los mismos que fueron el Método Inductivo, Método Deductivo y el Método Estadístico.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó como técnicas: la Observación, la Entrevista y la Encuesta; como instrumentos se aplicó la ficha de observación que fue aplicada a las 24 empresas florícolas del sector de Lasso, la guía de la entrevista dirigida al Gerente de la Empresa Florícola “DECOFLOR” S.A y el cuestionario al Jefe de Personal del Departamento de Recursos Humanos de cada una de las florícolas.

Las técnicas anteriormente mencionadas permitieron obtener información sobre la situación real en la que se encuentran las empresas florícolas acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, y a través de la utilización de instrumentos investigativo, se obtuvo información objetiva que permitió determinar la necesidad de analizar la conducta del ser humano, las mismas que contribuirá al desarrollo del mejoramiento social y medioambiental de las empresas florícolas.

Para el desarrollo de la presente investigación se trabajó con las 24 empresas florícolas que conforman el sector de Lasso, cantón Latacunga, la misma que se obtuvo del Servicio de Rentas Internas.

CUADRO 2.1

EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR DE LASSO

N°	Nombre	Dirección
1	Decoflor S.A	Sector Lasso - San Agustín de Callo
2	Andina Cía. Ltda.	Sector Lasso - La Ciénega
3	Equatoroses C.A	Sector Lasso - La Ciénega – Barrio Tanicuchi
4	Flores del Cotopaxi C.A	Sector Lasso - La Ciénega – Barrio Tanicuchi
5	Bloomingacres S.A	Sector Lasso – Parroquia Tanicuchi
6	La Rosaleda S.A	Sector Lasso - Vía Mulaló
7	San Francisco Roses	Sector Lasso - Hacienda San Francisco
8	Goldenrose Corporación S.A	Sector Lasso – Parroquia Aglomerados
9	Milrose S.A	Sector Lasso - Vía a San Agustín de Callo
10	Petyros Pétalos y Rosas S.A	Sector Lasso - Barrio Cajón Veracruz
11	Prarosas Cía. Ltda.	Sector Lasso – Barrio El Caspi
12	Sierraflor S.A	Sector Lasso- Mancheno – Vía Mulaló
13	Sisasifarms Cía. Ltda.	Sector Lasso- Vía La Ciénega y Panamericana
14	Technirose Cía. Ltda.	Sector Lasso - La Ciénega – Vía a Tanicuchi
15	Diamondroses S.A.	Sector Lasso – Barrio Ojo de Agua Calle
16	Prodecoagro S.A.	Sector Lasso - Frente a la exfábrica Nabisco
17	Nevaflor S.A.	Sector Lasso - Barrio Santa Rosa
18	Paradiseflower C.A.	Sector Lasso – Parroquia Pastocalle
19	Verdillano Cía. Ltda	Sector Lasso - Parroquia Tanicuchi centro
20	Hispanoroses Cía. Ltda.	Sector Lasso - Barrio Goteras
21	Valdesol S.A.	Sector Lasso
22	Texasflowers S.A.	Sector Lasso – Barrio Goteras
23	Rosesuccess Cía. Ltda	Sector Lasso – Barrio Cajón Veracruz
24	Bosqueflowers S.A.	Sector Lasso - Barrio San Agustín de Callo

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: Las Tesistas

2.3. Preguntas Científicas

Son aquellas que dirigen el proceso de la investigación de forma particular, cada una constituye una parte esencial del problema científico planteado en la investigación a resolver, suelen ser cerradas, es decir que no dan opción a varias respuestas, son preguntas cuya respuesta permite afirmar la verdad o la falsedad de lo que se pregunta.

1. ¿Qué contenidos técnicos serán necesarios para el análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?
2. ¿Qué instrumentos de investigación serán necesarios para conocer la situación real de las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?
3. ¿Qué análisis será necesario para conocer la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?

2.4. Operacionalización de Variables

Es la definición conceptual y operacional de las variables de las preguntas científicas pasando de un nivel abstracto a un nivel concreto y específico a efectos de poder observarlas, medirlas o manipularlas, con el propósito de comprobar las preguntas científicas.

CUADRO N° 2.2

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

PREGUNTAS CIENTÍFICAS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
¿Qué instrumentos de investigación serán necesarios para conocer la situación real de las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FODA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Factor interno ▪ Factor externo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eficiencia ▪ Efectividad ▪ Productividad ▪ Reputación de la empresa ▪ Motivación y capacitación ▪ Medio ambiente ▪ Competencia ▪ Reformas tributarias ▪ Reformas laborales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación ▪ Encuesta ▪ Entrevista
¿Qué análisis será necesario para conocer la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valores ▪ Responsabilidad Social Corporativa ▪ Cumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Éticos y morales ▪ Respeto a los derechos humanos ▪ Respeto al medio ambiente ▪ Eficiencia ▪ Eficacia 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación ▪ Encuesta ▪ Entrevista

Fuente: Anteproyecto de Tesis
Elaborador: Las Tesis



2.5. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

2.5.1. Entrevista realizada al Ingeniero Diego Pontón Gerente Técnico de la empresa FLORES DE DECORACIÓN “DECOFLOR” S.A

1. ¿Qué es para usted la Responsabilidad Social Corporativa?

Es la responsabilidad que tenemos nosotros como empresa para con la comunidad, el medio ambiente y el cumplimiento con las leyes que rigen el comportamiento de nuestra empresa.

2. ¿Aplica su empresa políticas o iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?

Si se aplica en lo que es la cuestión laboral, en la no contratación de los menores de edad para erradicar el trabajo infantil, también en la contratación de personas discapacitadas, en la cuestión de género en nuestra empresa trabajan más mujeres que hombres que es por lo general que en esta actividad florícola en donde se de esta tendencia, entonces dentro de las sociedades esto crea un impacto positivo en las comunidades cercanas, a parte también se trata de reciclar todo lo que se utiliza para la producción como es el plástico, igual con los desechos de las rosas se hace compost para utilizarlo como abono en la producción de rosas, es decir, se trata de contaminar menos el medio ambiente.

3. ¿Se dictan capacitaciones, charlas, seminarios y/o motivaciones al personal que labora en su empresa acerca de la Responsabilidad Social Corporativa?

No se ha hecho tanto como charlas o seminarios pero si se les da capacitaciones sobre el manejo de agroquímicos o sobre una normativa para no salirnos del tema, sino para que todos vayamos encaminados hacia un mismo fin, sobre todo en lo que se refiere a la utilización de agroquímicos ya que la empresa no utiliza lo que son productos con etiquetas de color rojo por ser muy tóxicos, sólo utiliza lo que son productos con etiquetas de color azul y verde por su baja contaminación.

4. ¿Qué normas de conducta aplica su empresa para contribuir al desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa?

Como política, es primero cumplir las leyes que nos rige el Ministerio de Relaciones Laborales como es la del trabajo infantil, del personal discapacitado, en la parte social lo que se refiere a la equidad de género y como norma es no botar ningún desecho o desperdicio al medio ambiente ni alrededor de la finca, sino tratar de que todo salga hacia gestores calificados para que no tenga ningún impacto negativo en las comunidades cercanas.

5. ¿Qué beneficios considera usted que obtiene su empresa al ser Socialmente Responsable?

Se tiene muchos beneficios, primero la mayoría de trabajadores que se tiene en la empresa son trabajadores de la zona, ya que si no tenemos una buena relación con nuestros vecinos corremos el riesgo de que en algún momento se presenten y nos causen algún tipo de problema como ya ha sucedido con otras fincas anteriores, entonces nuestra prioridad y sobre todo nuestra responsabilidad es llevarnos bien con todas las personas.

6. ¿En qué ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa cree usted que se desempeña su empresa?

En el ámbito social ya que se trata de dar trabajo a las personas debido a que anteriormente no existían muchas fuentes de trabajo por ende no existía desarrollo, en cambio ahora con la actividad productiva de rosas se contrata a bastante personal según el número de hectáreas que se posea.

Es decir, existe una gran demanda de personas ya que se necesita alrededor de 10 personas por hectárea, esto significa que es mucho más en comparación con las actividades tradicionales como es el cultivo de hortalizas y la ganadería que son actividades primordiales que desarrollan las personas en este sector, considerando a la producción de rosas como una de las fuentes principales de trabajo.

7. ¿Su empresa realiza proyectos que guían al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa?

No se ha hecho en sí proyectos, han solicitado las universidades, los colegios y los pasantes que quieren venir a capacitarse, entonces se les ha dado capacitaciones, charlas o se les enseña sobre cómo es el manejo de la finca, es decir, hemos estado abiertos a las instituciones educativas.

8. ¿La empresa cumple a cabalidad con las normas y leyes establecidas por el Gobierno para el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa?

Si se trata de cumplir, pero hay algunos aspectos que nos resultan un poquito complicados no por falta de decisión de la empresa sino por la sociedad ya que no existe lo que se pide, por ejemplo en el caso de los discapacitados, ya que nos piden un cierto número y es difícil de conseguirlos.

En lo demás, se trata de seguir y cumplir con todas las normativas legales, por ejemplo la empresa en la actualidad no posee normas ISO pero si está trabajando bajo procedimientos que conlleve a la aprobación de dichas normas, lo que estamos esperando es que venga un auditor para que califique si dichos procedimientos son los correctos en lo que se refiere a la calidad del producto y así garantizar que el producto siempre que salga tenga consistencia, es decir, que la calidad siempre vaya con el producto.

9. ¿Qué piensa usted que necesita su empresa para mejorar la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa?

Como Responsabilidad Social se quisiera hacer mucho más, lo que le falta a la empresa son recursos económicos, tal vez la unión con el gremio para poder hacer un programa que no sea sólo para una empresa porque es muy difícil que una sola empresa se encargue de un proyecto, de esta manera con el gremio floricultor se podría crear una escuela para capacitarles en esta misma área, puede ser unos proyectos para ayudarles a las personas en la educación de sus hijos.

10. ¿Considera usted necesario el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en su empresa? ¿Por qué?

Si es necesario en el sentido de llevarnos bien con la comunidad ya que a la larga nos puede afectar en la producción, es decir, debemos tener a los trabajadores completos en el área, permitiendo de esta manera que rindan más y sean leales a la empresa, antes que tener trabajadores de otros lados que permanecen únicamente por la temporada y el costo de capacitación es bastante alto para la empresa, yo considero que es muy bueno tener una Responsabilidad Social Corporativa que nos ayude a tener socios a los vecinos no sólo como simples habitantes de una misma zona.

Además, a través de la Responsabilidad Social Corporativa nos ayuda a conocer las necesidades de las personas, si el personal que labora en los diferentes sectores como es cultivo, recepción, poscosecha, empaque poseen la vestimenta y los materiales necesarios para trabajar, evitando así posibles daños en la salud del personal.

2.5.2. Análisis de la Entrevista realizada a la empresa FLORES DE DECORACIÓN “DECOFLOR” S.A

Debido al incremento de la contaminación ambiental y sobre todo a la falta de confianza que tiene la sociedad con respecto a las empresas ha dado lugar a que el tema de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas florícolas se vaya constituyendo en un aspecto muy importante en la cual interviene tanto la comunidad como el medio ambiente.

Es así que los directivos de la empresa FLORES DE DECORACIÓN “DECOFLOR” S.A han analizado el tema de la Responsabilidad Social Corporativa comprometiéndose de esta manera con los habitantes de la misma zona. Al ser la empresa socialmente responsable ha logrado que las personas opten por prestar sus servicios en las diferentes actividades que forman parte de la producción y comercialización de rosas, como son: cultivo, recepción, poscosecha, empaque. Pero no todas las empresas cumplen de manera responsable

cada una de las actividades, políticas, leyes, normas que establecen las propias empresas y el Gobierno Nacional a través de sus diferentes órganos reguladores.

La empresa FLORES DE DECORACIÓN “DECOFLOR” S.A es considerada como una de las empresas que trata de cumplir de manera eficiente con todo lo que establece el Presidente de la República, dando como resultado la estabilidad para las personas que laboran en la empresa y beneficios tanto para la comunidad como para el medio ambiente, es decir, en lo que se refiere al Ministerio de Relaciones Laborales, la empresa no contrata a los menores de edad para erradicar el trabajo infantil, pero si realiza la contratación de personas discapacitadas, cumpliendo de esta manera con la ley establecida en el país.

Además existe la equidad de género ya que laboran en su mayoría personal del sexo femenino, por lo general en este tipo de actividad como es la floricultura o la actividad florícola es donde se genera un impacto positivo dentro de la sociedad, ya que hace años atrás las mujeres eran consideradas como personas incapaces de realizar las mismas actividades que los hombres.

Para evitar la contaminación del medio ambiente, la empresa realiza diferentes actividades como son: reciclar todo lo que se utiliza en la producción de rosas como por ejemplo el plástico a través de sistemas que permitan la reutilización del mismo; utilizar los residuos o desperdicios de las rosas que se generan en el cultivo y en el proceso para generar un abono orgánico llamado compost, éste posee una gran variedad de minerales que permiten a las rosas desarrollarse de mejor manera, evitando así la utilización de agroquímicos en su totalidad.

De la misma manera, los agroquímicos que se utilizan para la producción de rosas son aquellos que poseen etiquetas de color azul y etiquetas de color verde debido a su baja contaminación ambiental, por ende no son considerados altamente tóxicos como los de sello rojo que son tóxicos y contaminantes.

Existe personal capacitado para manipular este tipo de productos, los mismos que poseen la vestimenta, los materiales adecuados para cumplir eficientemente su trabajo, de tal manera que evite graves problemas de salud en el personal y sobre

todo la contaminación del medio ambiente por el uso inadecuado o irracional de estos productos.

Por tal razón, la empresa brinda capacitaciones semestrales al personal sobre el manejo de nuevos agroquímicos, sobre ciertos aspectos necesarios para contribuir al desarrollo y crecimiento de la misma, generando así fuentes de trabajo para las personas de la misma zona de tal manera que mejore su estilo de vida, ya que son consideradas como el factor más importante por su responsabilidad, su honestidad y sobre todo por su lealtad hacia la empresa.

La actividad florícola es considerada como una de las principales fuentes de trabajo, en donde existe una gran demanda de personas, es por ello que en el ámbito social se necesita alrededor de 10 personas por hectárea, esto significa que es mucho más en comparación con las actividades tradicionales como es el cultivo de hortalizas y la ganadería.

La empresa mantiene una relación con la comunidad a través de las instituciones educativas, ya que brinda capacitaciones sobre cómo es el manejo de la empresa, es decir, todo lo que se refiere a la producción – comercialización de las rosas, esto ayuda a que los estudiantes puedan tener un criterio más acertado, contribuyendo de tal manera al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa.

Una de las prioridades fundamentales que la empresa realiza es la de distribuir sus productos con un valor añadido un aspecto primordial de la responsabilidad social corporativa, además de los objetivos de satisfacción de las necesidades.

2.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

2.6.1. Encuesta aplicada al Jefe de Personal del Departamento de Recursos Humanos de las Empresa Florícolas del Sector de Lasso

1. ¿Considera usted qué ha aumentado el grado de contaminación del Medio Ambiente?

TABLA 2.1

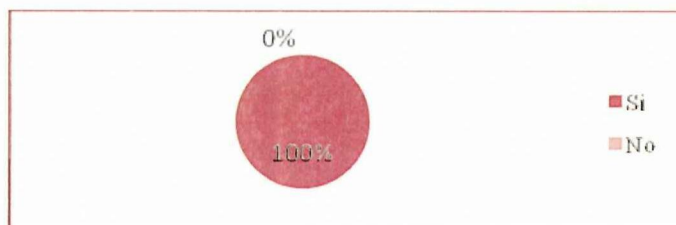
AUMENTO DE LA CONTAMINACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.1

AUMENTO DE LA CONTAMINACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

En la presente tabla estadística se puede apreciar que el 100% del total de las encuestas realizadas a cada una de las empresas florícolas tienen un criterio positivo acerca del incremento del grado de contaminación del medio ambiente. Es decir, todos están conscientes de la contaminación que realizan durante la producción de las rosas.

2. ¿Cuál cree usted que sería la principal causa de contaminación ambiental de su empresa?

TABLA 2.2

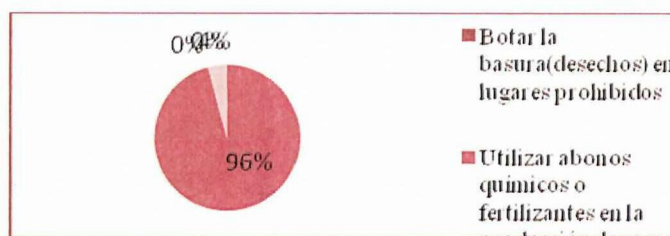
CAUSA PRINCIPAL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Botar la basura en lugares prohibidos	0	0%
Utilizar químicos en la producción de rosas	23	96%
Quemar la basura(desechos)	0	0%
Todas las anteriores	1	4%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.2

CAUSA PRINCIPAL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

Mediante la tabla estadística se puede observar que el 96% de las encuestas aplicadas a los jefes de personal de las empresas florícolas manifiestan que la principal causa de contaminación ambiental es el uso de los químicos o fertilizantes en la producción de rosas; mientras que el 4% manifiestan que son varias las causas que producen la contaminación ambiental.

3. ¿Utiliza el personal que labora en su empresa la indumentaria y todos los materiales necesarios para trabajar?

TABLA 2.3

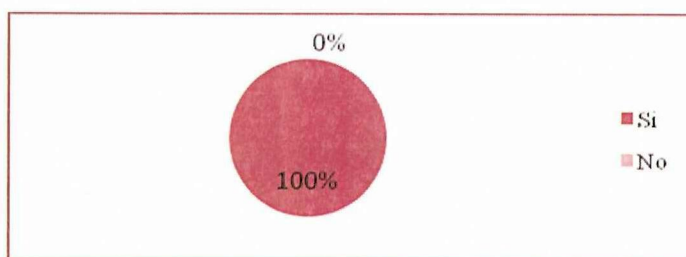
UTILIZA EL PERSONAL LA INDUMENTARIA ADECUADA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.3

UTILIZA EL PERSONAL LA INDUMENTARIA ADECUADA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos en la presente tabla estadística se establece el 100% del total de encuestas aplicadas a los Jefes de Personal del Departamento de Recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, establecen que el personal que labora en cada una de las florícolas utilizan la indumentaria adecuada, así como también todos los materiales necesarios para la producción de las rosas, ya que el uso de los químicos son considerados tóxicos y pueden producir enfermedades, razón por la cual es indispensable que el personal tenga la protección adecuada para su salud.

4. ¿Conoce usted a qué se refiere la Responsabilidad Social Corporativa?

TABLA 2.4

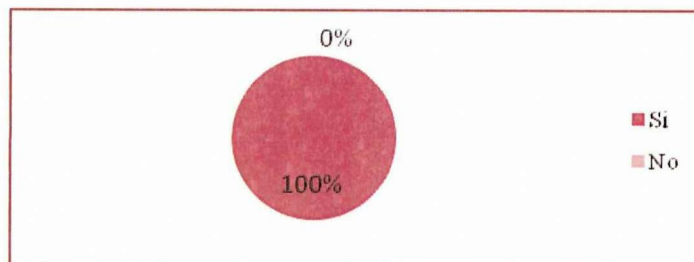
CONOCE QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.4

CONOCE QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

En la presente tabla estadística se determina que el 100% de las encuestas aplicadas a los Jefes del Departamento de Recursos Humanos de las empresa florícolas del sector de Lasso, tienen conocimiento sobre la Responsabilidad Social Corporativa, razón por la cual es indispensable seguir con el respectivo análisis para definir los problemas y beneficios que obtienen las empresas florícolas con respecto a dicho tema.



5. ¿Conoce usted cuáles son las actividades que contribuyen al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa?

TABLA 2.5

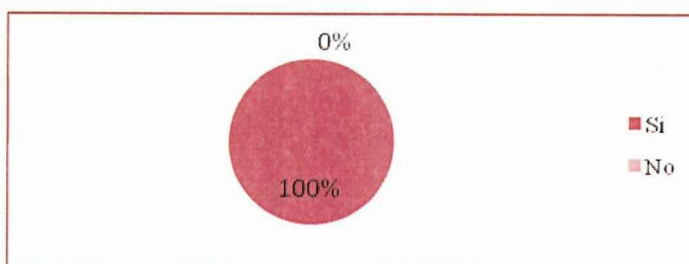
CONOCE LAS ACTIVIDADES QUE CONTRIBUYEN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.5

CONOCE LAS ACTIVIDADES QUE CONTRIBUYEN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

En la tabla estadística se puede determinar que el 100% de las encuestas aplicadas a los Jefes del Departamento de Recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, manifiestan conocer las actividades que contribuyen al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa de cada una de las florícolas en la que desempeñan sus funciones.

6. ¿Cuál es la actividad primordial que se debe desarrollar para mejorar la Responsabilidad Social Corporativa?

TABLA 2.6

ACTIVIDAD PRIMORDIAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Respeto al medio ambiente	10	42%
Salud y seguridad social	0	0%
Servir a la sociedad	1	4%
Correcto uso de los recursos	0	0%
Todas las anteriores	13	54%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.6

ACTIVIDAD PRIMORDIAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

Mediante la presente tabla estadística se puede establecer que el 54% del total de los datos obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los Jefes de Personal manifiestan que varias son las actividades que contribuye al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa; mientras que el 42% define que la actividad primordial es el respeto al medio ambiente y el 4% establece que lo esencial es servir a la comunidad.

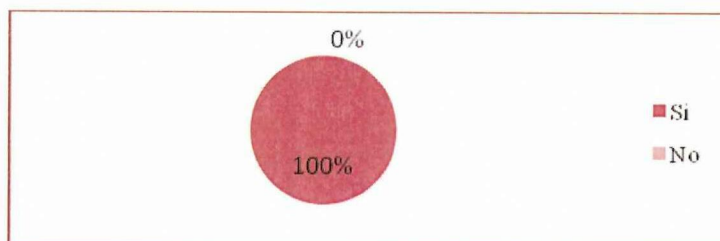
7. ¿Recibe usted capacitaciones, charlas y/o seminarios sobre la Responsabilidad social Corporativa en al florícola?

TABLA 2.7
CAPACITACIONES ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.7
CAPACITACIONES ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos en la presente tabla estadística se establece el 100% de las encuestas aplicadas a los Jefes del Departamento de Recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, manifiestan recibir las respectivas capacitaciones, charlas o seminarios acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, los mismos que sirven para realizar sus actividades eficientemente.

8. ¿Cada qué tiempo usted recibe las capacitaciones, charlas y/o seminarios en la florícola?

TABLA 2.8

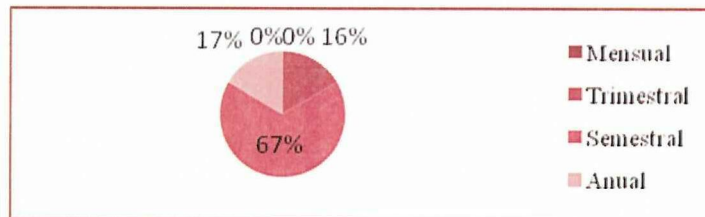
TIEMPO DE CAPACITACIONES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	0	0%
Trimestral	4	16%
Semestral	16	68%
Anual	4	16%
Nunca	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.8

TIEMPO DE CAPACITACIONES



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

En la presente tabla estadística se puede observar que el 68% de las encuestas aplicadas a los Jefes de Personal del Departamento de recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, manifiestan recibir las capacitaciones en forma semestral, el 18% manifiesta que reciben los seminarios de manera trimestral y el 16% restante establece que las charlas acerca de la Responsabilidad lo reciben una vez al año.

9. ¿Existe liderazgo en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa aplicado en la florícola?

TABLA 2.9

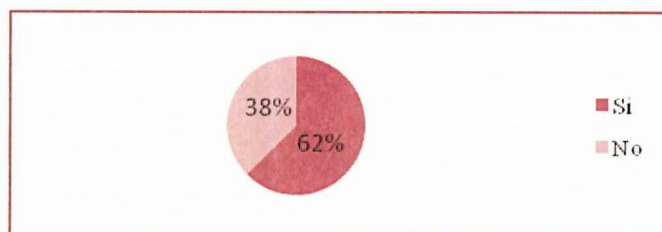
LIDERAZGO ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA FLORÍCOLA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	63%
No	9	37%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.9

LIDERAZGO ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA FLORÍCOLA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos en la presente tabla estadística acerca de la Responsabilidad de las empresas florícolas del sector de Lasso, se determina que el 62% de las encuestas aplicadas a los Jefes de Personal del Departamento de recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, consideran que si existe el liderazgo en la florícola que presta sus servicios, mientras que el 38% manifiesta que no existe el liderazgo en la florícola en la que trabajan por falta de capacitaciones acerca del presente tema.

10. ¿Optimiza usted todos los recursos que posee la florícola para el mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa?

TABLA 2.10

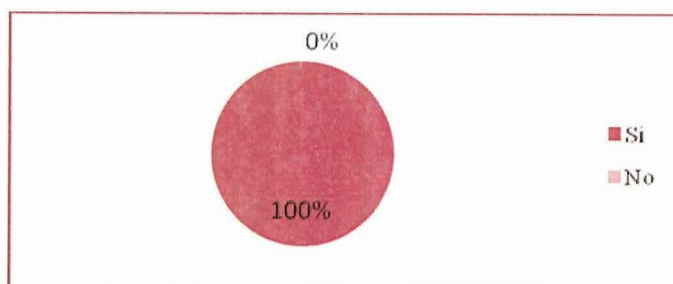
OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.10

OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

Mediante la tabla estadística se puede definir que el 100% del total de los datos obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los Jefes de personal del Departamento de Recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, manifiestan que optimizan los diferentes recursos que posee la florícola para el mejoramiento social y ambiental de la Responsabilidad Social Corporativa.

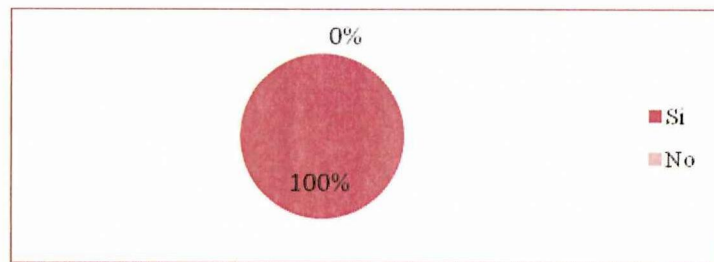
11. **¿Considera que el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en la florícola es necesario para el mejoramiento social y ambiental?**

TABLA 2.11
IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

GRÁFICO 2.11
IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos en la presente tabla estadística se establece que el 100% de las encuestas aplicadas a los Jefes de Personal del Departamento de Recursos Humanos de las empresas florícolas del sector de Lasso, manifiestan estar de acuerdo con el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa que se realiza en cada una de las florícolas en las que desempeñan sus funciones, ya de ello depende conocer cuáles son los beneficios que la empresa obtiene.

2.7. CONCLUSIONES

- La empresa no realiza seminarios o capacitaciones de forma permanente sobre la Responsabilidad Social Corporativa, la misma que mantiene una estrecha relación entre la empresa, la comunidad, el medio ambiente, es decir, a través de ella se emite conocimientos sobre el correcto uso y manejo de los materiales que se utilizan en la producción de rosas, especialmente en la utilización de agroquímicos ya que la empresa utiliza aquellos que poseen etiqueta de color azul y de color verde por su baja contaminación ambiental.
- No realiza proyectos encaminados a mejorar la Responsabilidad Social Corporativa, especialmente en el cuidado de salud de las personas como del medio ambiente ya que utiliza el compost como único abono orgánico, lo que da lugar a que se utilice los agroquímicos para cumplir con el desarrollo de las rosas, dando como resultado problemas de salud en las personas que mantienen un contacto directo con dichos químicos y sobre todo la contaminación ambiental.
- Por la escasez de recursos económicos la empresa no puede cumplir en su totalidad de manera eficiente cada una de las actividades que forman parte de la Responsabilidad Social Corporativa, es por ello que poco a poco va mejorando los procesos de la producción – comercialización de las rosas para contribuir a la calificación, aprobación del certificado de las Normas ISO, de tal manera que garanticen la calidad del producto, satisfaciendo de esta manera las necesidades y expectativas de los clientes nacionales e internacionales.

2.8. RECOMENDACIONES

- Efectuar seminarios, capacitaciones o charlas de manera constante acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, de tal manera que la que la misma conozca cuales son los beneficios que obtiene la empresa al ser socialmente responsable con la comunidad y el medio ambiente, con la finalidad de optimizar los recursos que la empresa posee y mejorar sus procesos en la producción y comercialización de rosas, lo cual disminuirá el grado de contaminación de nuestro habitat.
- Desarrollar proyectos orientados a mejorar la Responsabilidad Social Corporativa, de la comunidad y del medio ambiente, considerando de mayor importancia la salud de las personas que laboran en la empresa, ya que utilizan de forma permanente productos agroquímicos que son indispensables para la producción de las rosas, pero a la vez son perjudiciales para la salud de las personas que mantienen un contacto directo con dichos químicos y sobre todo la contaminación del medio ambiente.
- Solventar económicamente la empresa para que pueda obtener la certificación de las Normas ISO que son fundamentales para contribuir y mejorar la Responsabilidad Social Corporativa, ya que ello ayudará a optimizar los recursos que posee la misma, así como también a ofrecer un producto de calidad basado en normas de control y calidad, disminuyendo el grado de contaminación del medio ambiente, asegurando el bienestar de la empresa y su entorno.

CAPÍTULO III

3. “ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR DE LASSO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”

3.1. Introducción

El capítulo III comprende la Propuesta del Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresa Florícolas del sector de Lasso, razón por la cual se partió desde la justificación, objetivos y descripción de la propuesta, para continuar y conceptualizar a fondo el diagnóstico situacional de las empresas florícolas, dentro de lo cual se estableció el ambiente macro y micro, así como también se realizó el análisis FODA de las empresas florícolas. Los indicadores que se aplicaron fueron: los indicadores de Eficiencia que son aquellos que miden el rendimiento de los recursos utilizados por un proceso; mientras que los indicadores de Cumplimiento indican el grado de consecución de trabajos, para finalizar se aplicó los indicadores Ambientales que indican el porcentaje de contaminación de las empresas florícolas. Posterior a ello se analizó minuciosamente la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas florícolas del País. Finalmente se realizó un análisis profundo acerca de la responsabilidad de las empresas florícolas del sector de Lasso, cuyo propósito fue conocer sus ventajas - desventajas, para luego emitir conclusiones y recomendaciones.

3.2. Justificación

Mediante la presente investigación se pretende mejorar el nivel de conocimiento del ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA de tal manera que muestre las necesidades y dificultades que tienen las empresas florícolas, con el fin de optimizar el manejo de cada uno de sus recursos, evitando así la contaminación del medio ambiente y por ende problemas de salud en las personas que mantienen relaciones directas con las empresas florícolas.

Con el aparición de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica, el desarrollo de nuevas tecnologías y con ello los conocimientos de la humanidad, han provocado que actualmente el sector empresarial esté generando un cambio en la sociedad, de tal forma que también asuma su responsabilidad en el tipo de futuro que está creando.

La incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas es un nuevo desafío que enfrentan las organizaciones para satisfacer las exigencias del mercado, mejorar la gestión y así incrementar su rentabilidad.

La Responsabilidad Social Corporativa se basa en lo que las empresas pueden hacer, y no en lo que deben hacer, es decir, se trata del modo de añadir valor a su empresa mediante un análisis más detenido de los aspectos sociales y medioambientales.

La Responsabilidad Social Corporativa es una nueva estrategia corporativa que implica el compromiso de las empresas, a través de la aplicación sistemática de recursos, para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente.

La presente tesis mediante su análisis, aplicó una propuesta para mejorar la Responsabilidad Social Corporativa y reducir la contaminación ambiental en la empresas florícolas con el firme compromiso de fortalecer la relación existente entre sus diferentes áreas en beneficio de todas las personas involucradas en las actividades de la empresa, alcanzando un mejor desempeño y logrando el respeto y cuidado del medio ambiente.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General

3.3.2. Analizar la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi en el período comprendido Enero - Diciembre 2011.

3.3.3. Objetivos Específicos

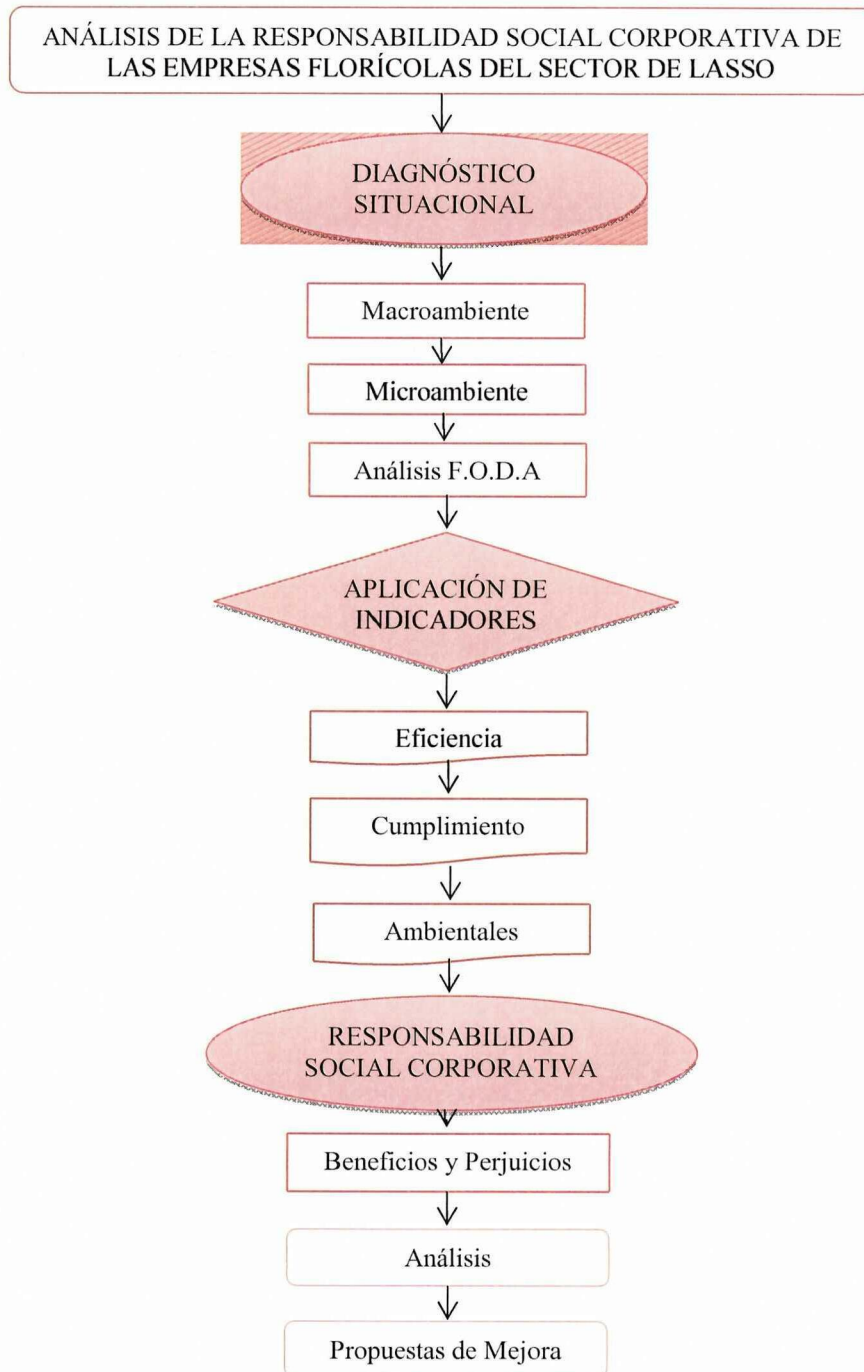
- Diagnosticar la situación actual de las empresas florícolas del sector de Lasso, para el mejoramiento social y ambiental de la Responsabilidad Social Corporativa.

- Aplicar los indicadores de Eficiencia, de Cumplimiento y Ambientales para determinar el grado de Responsabilidad Social que tienen las empresas florícolas con el medio ambiente.

- Emitir conclusiones y recomendaciones sobre el desarrollo de cada una de los procesos que realizan las empresas florícolas para minimizar el grado de contaminación y mejorar el medio ambiente.

3.4. Descripción de la Propuesta

CUADRO 3.1



Fuente: Empresa Florícolas del sector de Lasso
Elaborado: Las Tesistas

3.5. Diagnóstico Situacional

Para una mejor comprensión del diagnóstico situacional de las empresas florícolas, se efectuará una descripción de los puntos más relevantes, tanto externos como internos, terminando con un análisis FODA, que es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de las empresas florícolas, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso, que permita en función de ello tomar decisiones acorde con los objetivos y políticas.

3.5.1. Macroambiente

En este punto se analizará factores relevantes que involucran las oportunidades y las amenazas que las empresas debe enfrentar y superar para permanecer compitiendo en el mercado florícola, pues es de suma importancia que los propietarios conozcan los acontecimientos que se desarrollan en su entorno.

Las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

3.5.1.1 Geográfico

De acuerdo con el factor geográfico, las empresas están ubicadas en el sectores productivos, por ser empresas con alto grado de producción, según sus propietarios manifiestan que se encuentra bien ubicadas ya que sus tierras son fértiles con una topografía casi regular que ayuda a la producción de rosas.

3.5.1.2 Político - Legal

Actualmente el tema principal en el Ecuador es la realización de las leyes a cargo de la Asamblea Constituyente, lo cual mantiene en expectativa a todos los ecuatorianos pues algunos sectores estarán de acuerdo y otros no.

Uno de los aspectos que afectan al Sector Florícola es la Propuesta de la Ley del Agua lo cual afectaría a las empresas en sus costos de producción y finalmente en los precios.

De acuerdo al factor político - legal las empresas florícolas funciona bajo las siguientes leyes: Ley de Superintendencia de Compañías, Leyes del Ministerio del Medio Ambiente, Leyes que se aplica por el SRI, Leyes para los Trabajadores, todas estas leyes son cumplidas en su totalidad.

Las empresas florícolas se rigen mediante las normas ISO 14000. Las empresas planifican, implantan y ponen en funcionamiento una política ambiental que tiene que ser apoyadas y aprobadas al máximo nivel directivo y dada a conocer tanto al personal de la propia empresa como todas las partes interesadas y para los consumidores; la conformidad de productos y servicios a las Normas Internacionales proporciona el aseguramiento de su calidad, seguridad y fiabilidad.

3.5.1.3 Económico

La adopción de la dolarización es el fenómeno más relevante que ha tenido el Ecuador, el mismo que se encuentra vigente. El Ecuador ha vivido constantes cambios en su economía nacional, como por ejemplo: profundizó los desequilibrios económicos y fiscales, destruyó los fondos de ahorro, consumió el boom petrolero en un gasto desproporcionado que impulsó las importaciones, no pagó los intereses de los bonos Global 2012, exacerbó los subsidios y expectativas sociales, construyó una Constitución populista plagada de derechos impracticables, cerró toda fuente de financiamiento y aumentó el riesgo país al 40%.

Estos acontecimientos han empujado al país a una extrema precariedad política y una inestabilidad económica, pero este no es el escenario predominante desde la perspectiva económica en forma exclusiva.

Todos estos factores afectan el funcionamiento de las empresas florícolas, pues varias de las medidas adoptadas por el régimen generaron incremento de precios lo cual les perjudica ya que en el negocio de las flores no se adopta medidas como en otros sectores de trasladar el precio al cliente, ya que en este caso existe mayor competencia y los clientes optan por buscar nuevos proveedores con precio accesibles y competitivos como Colombia.

Analizando el factor económico de las empresas florícolas se puede manifestar que la inflación y la disponibilidad de crédito se consideran variables que afectan a las mismas, debido a que la inflación ha crecido en los últimos meses, más en lo que se refiere a fertilizantes, productos Químicos y la disponibilidad de crédito ha hecho que las empresas no puedan acceder a los mismos con facilidad en las entidades bancarias.

3.5.1.4 Social

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, los mismos que no son aprovechados correctamente, debido a una mala administración, además las crisis económicas y políticas han obstruido el desarrollo social.

La pobreza, inseguridad, el desempleo, la educación, y la salud son los problemas de todos los días que aquejan al país. Es importante que esta realidad cambie para que las condiciones de vida de la población mejoren.

El Ecuador es un importante exportador de flores, por lo cual el sector florícola genera muchos puestos de trabajo de los que dependen cientos de familias, como es el caso del sector de Lasso, tomando en cuenta que el personal de campo son quienes ganan el salario mínimo del sector florícola más todos los beneficios de ley, mientras que el personal Administrativo, gana un salario básico más beneficios, en consideración a su formación y a la experiencia laboral, sin tomar en cuenta la fuerza de trabajo.

3.5.1.5 Tecnológico

Hoy en día la tecnología avanza a pasos agigantados, pues mensualmente se lanzan al mercado nuevas maquinarias y equipos que ofrecen mayores beneficios, ahorro de tiempo, pero cuyos costos son elevados, lo que genera dificultad para su adquisición.

Sin embargo las empresas florícolas del sector de Lasso realizan inversiones sobre equipos y maquinarias necesarias y posee otras que a pesar de no ser de última tecnología se encuentran en buen estado que permiten el desarrollo de la producción de la flor con alta calidad.

3.5.2 Microambiente

Este análisis se relaciona con las fortalezas y debilidades de las empresas florícolas, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

3.5.2.1 Clientes

Las personas o a su vez los mismos países son indispensables para el desarrollo de las empresas florícolas, ya que ellos son quienes compran o adquieren el producto (rosas) que ofrecen las empresas, el mismo que satisface las necesidades que van más allá de las expectativas, potenciando la rentabilidad del negocio, sin cambiar la calidad del producto, es decir, se mantiene la calidad y garantiza el trabajo.

Dentro de los clientes externos de las empresa florícolas manifiestan que su producción va destinada a consumidores mayoristas extranjeros como son: América, Europa, Rusia, el Medio Oriente y ahora al Japón, así como también al mercado nacional conformado por mayoristas, minoristas, floristerías, hoteles etc.

3.5.2.2 Proveedores

Los proveedores son de vital importancia en el desarrollo de las actividades empresariales, ya que son de gran influencia porque abastecen a las empresas de los productos para su actividad, considerando aspectos como: cumplimiento de las adquisiciones en los tiempos y cantidades establecidas, calidad de la materia prima, capacidad de financiamiento y precios en consideración a las características y propiedades del producto.

Los principales proveedores para las empresa florícolas son: ISRARIEGOS, AGRITOP, AGRIPAC, QUIMASA. Los mismos que les proveen de insumos, abonos químicos, fertilizantes, insecticidas, fungicidas, acaricidas, plástico, material de empaque como cartón, grapas, fundas, etc.

3.5.2.3 Competencia

La Crisis mundial y a nivel país perjudicó de manera significativa a la mayoría de Empresas, en el caso del sector florícola por el alza de precios de la materia prima para la producción de flor como son los químicos, materiales y herramientas.

Los principales competidores potenciales que tienen las empresas florícolas del sector de Lasso están ubicados en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo y Azuay.

Las empresas florícolas trabajan con contactos serios quienes son los que transportan la flor al destino final, razón por la cual las empresas no se ven afectadas por el costo de transporte de la flor.

3.5.3 F.O.D.A de las Empresas Florícolas del Sector de Lasso

- El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas.

En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

CUADRO 3.2

MATRIZ FODA DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Excelente calidad de la flor que entrega al exterior. ▪ Atención personalizada y calificada al cliente. ▪ Precios justos con el mercado. ▪ Trato adecuado al empleado, haciéndolo sentir parte indispensable de la empresa. ▪ Tener terrenos donde el clima favorece la producción de la flor. ▪ Cuenta con adecuada tecnología para el desarrollo de su actividad florícola. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de políticas y procedimientos para el mejoramiento de la Responsabilidad. ▪ Fuertes competidores nacionales. ▪ Liquidez Variable ▪ Altos precios del producto. ▪ Bajo estado de ánimo de los trabajadores. ▪ Retraso en la entrega del producto. ▪ Falta de investigación en floricultura.
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prestigio ganado de la calidad de la flor en los países a donde se ha exportado la flor. ▪ Proveedores flexibles en cuanto a créditos y descuentos. ▪ Nuevos clientes potenciales ▪ Fácil ubicación ▪ Tecnología con innovación ▪ Apertura de nuevos mercados. ▪ Incremento de hectáreas de terreno ▪ Posibilidad de exportación. ▪ Demanda de productos diferenciados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presencia inesperada de heladas, plagas, y otros aspectos que destruyen la flor. ▪ Precios variables de materia prima. ▪ La política económica del país, y el riesgo país. ▪ Inflación variable ▪ Tasa de interés variable ▪ Ingreso de nuevas empresas potenciales ▪ Política nacional. ▪ Condiciones climáticas.

Fuente: Anteproyecto de Tesis
Elaborado: Las Tesistas

CUADRO 3.3

EMPRESAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR DE LASSO

Nº	Nombre	Dirección
1	Decoflor S.A	Sector Lasso - San Agustín de Callo
2	Andina Cía. Ltda.	Sector Lasso - La Ciénega
3	Equatoroses C.A	Sector Lasso - La Ciénega – Barrio Tanicuchi
4	Flores del Cotopaxi C.A	Sector Lasso - La Ciénega – Barrio Tanicuchi
5	Bloomingacres S.A	Sector Lasso – Parroquia Tanicuchi
6	La Rosaleda S.A	Sector Lasso - Vía Mulaló
7	San Francisco Roses	Sector Lasso - Hacienda San Francisco
8	Goldenrose Corporación S.A	Sector Lasso – Parroquia Aglomerados
9	Milrose S.A	Sector Lasso - Vía a San Agustín de Callo
10	Petyros Pétalos y Rosas S.A	Sector Lasso - Barrio Cajón Veracruz
11	Prarosas Cía. Ltda.	Sector Lasso – Barrio El Caspi
12	Sierraflor S.A	Sector Lasso- Mancheno – Vía Mulaló
13	Sisasifarms Cía. Ltda.	Sector Lasso- Vía La Ciénega y Panamericana
14	Technirose Cía. Ltda.	Sector Lasso - La Ciénega – Vía a Tanicuchi
15	Diamondroses S.A.	Sector Lasso – Barrio Ojo de Agua Calle
16	Prodecoagro S.A.	Sector Lasso - Frente a la exfábrica Nabisco
17	Nevaflor S.A.	Sector Lasso - Barrio Santa Rosa
18	Paradiseflower C.A.	Sector Lasso – Parroquia Pastocalle
19	Verdillano Cía. Ltda	Sector Lasso - Parroquia Tanicuchi centro
20	Hispanoroses Cía. Ltda.	Sector Lasso - Barrio Goteras
21	Valdesol S.A.	Sector Lasso
22	Texasflowers S.A.	Sector Lasso – Barrio Goteras
23	Rosesuccess Cía. Ltda	Sector Lasso – Barrio Cajón Veracruz
24	Bosqueflowers S.A.	Sector Lasso - Barrio San Agustín de Callo

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: Las Tesis

3.6 Aplicación de Indicadores

CUADRO 3.4

APLICACIÓN DE INDICADORES

INDICADORES	FÓRMULA	ANÁLISIS
<p>3.6.1 Eficiencia</p>	<p>$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que efectúan las capacitaciones}}{\text{Total de empresas florícolas}}$</p> <p>$X = \frac{24}{24} = 100\%$</p>	<p>En la aplicación del presente indicador se puede conocer que las empresas florícolas del sector de Lasso poseen el 100% de eficiencia al efectuar las capacitaciones para todo el personal que labora en las mismas, con la finalidad de capacitarlas para proteger el medio ambiente al realizar las actividades. Cabe recalcar que las empresas florícolas no realizan capacitaciones, ni motivaciones que contribuyan al incremento de la productividad.</p>
	<p>$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que poseen liderazgo}}{\text{Total de empresas florícolas}}$</p> <p>$X = \frac{15}{24} = 63\%$</p>	<p>En la aplicación del presente indicador se puede determinar que las empresas florícolas del sector de Lasso presentan un 63% de eficiencia en el liderazgo acerca de la Responsabilidad Social Corporativa; y la diferencia refleja que no existe un liderazgo en las empresas florícolas acerca del tema en estudio.</p>
<p>3.6.2 Cumplimiento</p>	<p>$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que aplican políticas y manuales}}{\text{Total de empresas florícolas}}$</p> <p>$X = \frac{24}{24} = 100\%$</p>	<p>Al aplicar el respectivo indicador se puede establecer que las empresas florícolas del sector de Lasso tratan de cumplir en su totalidad con las políticas, con los manuales de procedimientos establecidos por las mismas, así como también con las leyes establecidas por el Gobierno Nacional, para el bienestar de la comunidad y del medio ambiente.</p>

INDICADORES	FÓRMULA	ANÁLISIS
<p>3.6.2 Cumplimiento</p>	$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que entregan indumentaria}}{\text{Total de empresas florícolas}}$ $X = \frac{24}{24} \quad X = 100\%$	<p>La aplicación del respectivo indicador nos permite determinar que las empresas florícolas del sector de Lasso en general entregan la respectiva indumentaria a sus trabajadores, quienes la utilizan para realizar sus actividades con protección y seguridad para su salud, de tal manera que se cumpla con lo establecido por las empresas en cuanto a seguridad e higiene se refiere.</p>
	$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que optimizan los recursos}}{\text{Total de empresas florícolas}}$ $X = \frac{24}{24} \quad X = 100\%$	<p>En el presente indicador se establece que las empresas florícolas del sector de Lasso tratan de optimizar los recursos que poseen, los mismos que permiten cumplir con las tareas y/o trabajos con la mínima utilización de los recursos existentes, cumpliendo de esta manera con los objetivos establecidos por las empresas florícolas.</p>
<p>3.6.3 Ambientales</p>	$X = \frac{\# \text{ de empresas florícolas que contaminan el medio ambiente}}{\text{Total de empresas florícolas}}$ $X = \frac{24}{24} \quad X = 100\%$	<p>Una vez aplicado el respectivo indicador se puede conocer que el 100% de las empresas florícolas del sector de Lasso, de distinta manera han incrementado el grado de contaminación al medio ambiente al utilizar productos químicos en la producción de rosas.</p> <p>El resultado obtenido del presente indicador refleja que el 100% de las empresas florícolas tienen diversas causas que contaminan al medio ambiente, destacando de esta manera como causa principal la utilización de químicos o a su vez fertilizantes durante la producción de rosas, razón por la cual las empresas florícolas no logran minimizar su grado de contaminación, debido a que el uso de químicos es indispensable para su producción.</p>

Fuente: Anteproyecto de Tesis
Elaborado: Las Testistas

3.7 La Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del Ecuador

La Responsabilidad Social Corporativa ha sido uno de los puntos de mayor interés que mostraron las empresas florícolas del Ecuador por el bienestar de la sociedad entera, el cual consistió en asumir obligaciones que van más allá de las requeridas por las leyes, es decir, las empresas florícolas al mismo tiempo buscaron obtener utilidades (su obligación económica), obedecieron las leyes (su obligación legal) e hicieron lo correcto, lo justo, y lo equitativo (su obligación ética), lo que contribuyeron a que estos factores se encuentren relacionados entre sí.

La Responsabilidad Social Corporativa es el vínculo que existió entre las empresas florícolas con la comunidad, el medio ambiente, los clientes, los empleados y los inversionistas, ya que a través de la Responsabilidad Social las empresas florícolas generaron fuentes de trabajo, incrementaron las utilidades para los inversionistas, también tuvieron la responsabilidad hacia los clientes al vender productos de calidad (rosas) con la utilización de abonos orgánicos en su gran mayoría evitando así la contaminación ambiental.

Los mayores centros de producción de flores (especialmente de rosas) están ubicados en las cercanías de la capital (Tumbaco, Cayambe, El Quinche), en sitios que alcanzan los 2 000 metros sobre el nivel del mar, donde la iluminación del sol es mayor (por la zona ecuatorial), la temperatura es estable durante todo el año, condiciones que mejoran la calidad y belleza del producto. No obstante, también se cultivan en Cotopaxi, Guayas, Los Ríos, Manabí, Esmeraldas, El Oro y la Amazonia.

Las empresas florícolas del país se han convertido en una actividad muy importante gracias a la producción de rosa de alta calidad, que con el pasar de los años se han consolidado principalmente en el mercado norteamericano y en Europa, lo cual ha contribuido a generar empleo y divisas para el país. La participación del sector floricultor dentro de las exportaciones totales se ha incrementado año tras año.

El incremento de las exportaciones de rosas, en los próximos años, dependerá de la capacidad de las empresas para crear sus propias oportunidades, sus nichos de negocios, sus cadenas de distribución, pero sobre todo de los mecanismos que utilicen para incentivar el consumo en Europa y los EEUU, que son los mayores compradores mundiales. Los principales consumidores de las rosas ecuatorianas son EEUU, Canadá, Holanda, Alemania, Rusia e Italia. También se exportaron en menores cantidades a Francia, Suiza, España y Argentina.

Las épocas más importantes para la comercialización de las rosas fueron las festividades de San Valentín y el Día de las Madres, es decir, si hay un buen Valentín se asegura el futuro de todo el año de la empresa. Actualmente, la exportación de rosas no canceló ningún arancel para ingresar a Estados Unidos (ATPDEA).

3.8 Beneficios y Perjuicios de la Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del Sector de Lasso, Cantón Latacunga.

3.8.1 Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa

- Cada una de las empresas florícolas contribuyen cada día al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa entre las más importantes tenemos: Decoflor S.A., Milrose S.A., Texas flowers S.A. y Goldenrose Corporación S.A. Éstas empresas florícolas se destacan por realizar más actividades que ayudan a mejorar el cuidado del medio ambiente y sobre todo estrechar lazos de amistad con la comunidad.
- Las empresas florícolas generaron fuentes de trabajo para los empleados / trabajadores, es decir, las personas empezaron a cuidar su empleo para que puedan gozar del fruto de su trabajo.
- Las empresas florícolas a través de sus empleadores, ofrecieron a sus empleados / trabajadores un entorno laboral seguro, en el cual no existió ningún tipo de discriminación, evitando así un daño psicológico en cada una de las personas.

- Las empresas florícolas que estaban a la vanguardia otorgaron facultades para que sus empleados / trabajadores puedan tomar decisiones por cuenta propia y así sugerir posibles soluciones a los problemas de las empresas.
- Algunas empresas florícolas ofrecieron a sus clientes productos de calidad a precios justos, lo que dio como resultado que las empresas incrementen sus utilidades por la demanda de sus productos.
- No todas las empresas florícolas cancelaron todos sus impuestos, lo que evitó a que ese dinero se pueda invertir en obras públicas para beneficio de la comunidad, como por ejemplo: asfalto de las vías principales, alcantarillados, bordes y aceras, construcción de parques infantiles – ecológicos y/o lugares recreacionales, etc.
- Ciertas empresas florícolas contaron con los servicios de guardería y enfermería, lo que les beneficia para que en lo posterior puedan obtener los sellos de calidad.
- Las empresas florícolas poseen personal discapacitado que les han ayudado a realizar diferentes actividades y sobre todo han contribuido a cumplir la ley establecida por el Gobierno, es decir, las empresas deben poseer 1 persona discapacitada por cada 25 trabajadores.
- Las empresas florícolas obtuvieron rosas de calidad a través de la utilización de abonos orgánicos en mayor cantidad como por ejemplo el humus (abono generado por las lombrices) y el compost (abono generado con los desperdicios o desechos de las rosas).
- Las empresas florícolas incrementaron sus ventas por la innovación de algunas variedades de rosas, obteniendo así mayor demanda de sus productos, es decir, incrementó su productividad.
- A través de la innovación de sus productos, las empresas florícolas lograron abrir nuevos mercados nacionales e internacionales generando así mayores utilidades para los inversionistas.

- Las empresas florícolas disminuyeron el uso de los abonos, fertilizantes y demás productos químicos para cuidar y conservar el medio ambiente.

3.8.2 Perjuicios de la Responsabilidad Social Corporativa

- Las empresas florícolas contaminaron con los desechos químicos el agua de uno de los principales ríos que tiene el cantón Latacunga como es el río Cutuchi, lo que provocó enfermedades en la piel y problemas de salud de varias personas, con un porcentaje del 30%.
- Las empresas florícolas contaminaron el suelo y el aire por la utilización de productos químicos, ya que fueron utilizados para eliminar las enfermedades que afectan el desarrollo de las rosas, lo que dio como resultado un suelo infértil y problemas respiratorios en las personas que manipulan estos productos.
- Algunas empresas florícolas que no actuaron de manera responsable hacia los consumidores / clientes perdieron su confianza y por lo tanto la posibilidad de hacer negocios, es decir, ofrecieron a sus clientes productos de baja calidad a precios altos.
- Ciertas empresas florícolas al no cancelar sus impuestos han causado que no se cumpla con todo lo planificado, es decir, no contribuyen al desarrollo de la comunidad a través de la realización de obras públicas, etc.
- La falta de capacitación o socialización constante por parte de las empresas florícolas hacia sus trabajadores generó que las empresas disminuyan sus utilidades debido al uso incorrecto de productos químicos como herbicidas, fungicidas, insecticidas que fueron utilizadas para eliminar las enfermedades de las rosas (como velloso, botritis, oidio) y plagas (como ácaros, áfidos, trips).
- Algunas empresas no tienen los servicios de guardería y los servicios de enfermería lo que han generado que ciertas personas opten por buscar trabajo en otras empresas que posean todos los servicios necesarios y así ahorrar su dinero para posibles imprevistos.

- El uso inadecuado de los recursos que poseen las empresas florícolas como fertilizantes y productos químicos han generado que se invierta más económicamente y se obtengan rosas de mala calidad.
- Las ventas en las empresas florícolas disminuyeron por la falta de innovación de nuevas variedades de rosas, generando menor demanda de sus productos, menor porcentaje de utilidades para los inversionistas ya que no se logró abrir nuevos mercados nacionales e internacionales para la comercialización de rosas.

3.9 Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas Florícolas del Sector de Lasso, Cantón Latacunga.

Con el transcurso de los años, el incremento de la contaminación ambiental ha sido muy notoria y sobre todo la falta de confianza que tiene la sociedad con respecto a las empresas florícolas ha dado lugar a que el tema de la Responsabilidad Social Corporativa se vaya constituyendo en un aspecto muy importante en la cual interviene tanto la empresa (empleados, clientes, inversionistas) como la comunidad y el medio ambiente.

Es así que la responsabilidad que tienen las empresas florícolas hacia el ambiente abarcó todo lo que se refiere a la contaminación, la cual representó un considerable desafío para las empresas florícolas, aunque la contaminación por ruido es ahora una preocupación importante, la contaminación del aire, del agua, de la tierra han sido y siguen siendo los mayores problemas que necesitan solución, tanto de parte de los gobiernos como de las propias empresas florícolas.

La contaminación del aire se produjo por la interacción de varios factores, como por ejemplo el monóxido de carbono emitido por los automóviles, el humo emitido de plantas industriales, principalmente por la utilización de productos químicos que las empresas florícolas utilizaron para fumigar sus productos y así eliminar las enfermedades de las rosas.

La contaminación del agua se generó principalmente por los desechos químicos que fueron botados en el agua de uno de los principales ríos que tiene el cantón

Latacunga como es el río Cutuchi, lo que provocó enfermedades en la piel y daños en la salud de varias personas debido al consumo de alimentos contaminados.

En cambio, la contaminación del suelo o de la tierra fue ocasionada por la utilización inadecuada de los abonos químicos, ya que el mal uso de estos productos puede provocar infertilidad de la tierra y para volver a recuperarla tendrán que pasar varios años de constante trabajo.

La responsabilidad que tienen las empresas florícolas hacia los clientes o consumidores se basó principalmente en ofrecer productos de calidad, a precio justo, en el tiempo oportuno, cumpliendo así con los deseos, expectativas de los clientes, lo que generó a que exista una mayor demanda de sus productos y se pueda comercializar a mercados nacionales e internacionales.

La responsabilidad con los empleados / trabajadores de las empresas florícolas se sustentó principalmente en la equidad de género, en otorgar a las personas la oportunidad de emitir sus opiniones para solucionar algunos conflictos empresariales.

Así también en el compromiso que tienen las empresas tanto legal como socialmente, es decir, en el ámbito legal las empresas estaban en la obligación de afiliarse a todos sus empleados / trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para evitar posibles demandas legales y en el ámbito social, las empresas estaban en la obligación de generar un ambiente de trabajo agradable, así como también brindar la indumentaria necesaria a sus trabajadores para la manipulación de productos químicos con la finalidad de evitar enfermedades en los mismos.

Además la responsabilidad que tienen las empresas florícolas hacia los inversionistas – propietarios ayudó a consolidar el compromiso que tienen los administradores en el uso adecuado del dinero de las empresas, evitando así la falta de liquidez y el cierre definitivo de las empresas florícolas. Finalmente, la responsabilidad de las empresas florícolas hacia la comunidad la cual se basó en la generación de fuentes de trabajo para mejorar el estilo de vida de las personas.

3.10 PROPUESTA DE MEJORA

Después de haber aplicado los indicadores se puede establecer varias propuestas de mejora a través de la elaboración de proyectos, de tal manera que contribuyan a mejorar las Responsabilidad Social entre las empresas florícolas con la comunidad y el medio ambiente. Entre las más importantes tenemos:

CUADRO N° 3.5

PROPUESTA DE MEJORA

LA COMUNIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE				
Obras	Materiales	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Canchas de futbol	- Espacio físico de 90 m. de largo y 45 m. de ancho.	- Donado por las empresas florícolas y la comunidad.	1 mes	- Jefe de personal de las empresas florícolas - Presidente de la comunidad
	- Arcos de futbol	- \$ 150		
	- Redes	- \$ 75		
	- Pintura	- \$ 50		
	- Árboles de pino	- \$ 10		
	- Mano de obra	- \$ 400		
Canchas de básquet	- Espacio físico de 10 m. de ancho y 20 m de largo	- Donado por las empresas florícolas y la comunidad.	1 mes	- Jefe de personal de las empresas florícolas - Presidente de la comunidad
	- Aros de básquet	- \$ 200		
	- Redes	- \$ 50		
	- Pintura	- \$ 50		
	- Cemento 50qq a \$ 7.50	- \$ 375		
	- Arena 2 volquetas	- \$ 150		
	- Árboles de pino	- \$ 10		
	- Mano de obra	- \$ 450		

Obras	Materiales	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Parque infantil ecológico	- Espacio físico de 100 m. de ancho y 100 m. de largo	- Donado por las empresas florícolas y la comunidad.	6 meses	- Jefe de personal de las empresas florícolas
	- Columpios	- \$ 150		- Presidente de la comunidad
	- Resbaladilla y tobogán	- \$ 450		
	- Pasamanos	- \$ 120		
	- Árboles de pino, ciprés y plantas.	- \$ 200		
	- Mano de obra	- \$ 2.400		
Total Presupuesto		\$ 5.290,00		

Fuente: Comunidad y Empresas Florícolas del Sector Lasso
Elaborado: Las Tesistas

3.11 CONCLUSIONES

En base al análisis realizado se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- La Responsabilidad Social Corporativa es el obligación que todas las empresas florícolas tienen al operar de manera económica, social y ambientalmente, sustentándose en el reconocimiento de los intereses de los inversionistas, clientes, empleados, socios de negocios, comunidades locales, el ambiente, la sociedad en general, con la finalidad de sobrevivir en un nivel de vida en el que se pueda mantener los recursos naturales disponibles.

- Durante las visitas realizadas en las empresas florícolas del sector Lasso, se observó que ciertas empresas tienen problemas que impiden el cumplimiento de la Responsabilidad Social por ende el desarrollo de los objetivos empresariales, principalmente en lo que se refiere a la capacitación al personal sobre el correcto uso de los recursos y su influencia en el cuidado del medio ambiente.

- Con la aplicación de entrevistas a los Gerentes y de encuestas a los Jefes del Departamento de Recursos Humanos en las empresas florícolas se obtuvo información relevante acerca de algunas actividades que realizan las empresas para beneficio de sí mismas, de la comunidad, del medio ambiente y así ser socialmente responsable.

- El Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa permitió consolidar el compromiso que poseen las empresas florícolas (empleados, clientes, inversionistas) con la comunidad, el medio ambiente, a través del cumplimiento de las leyes y de las normas establecidas en el país para beneficio de la población.

3.12 RECOMENDACIONES

- Tener conocimiento sobre la Responsabilidad Social Corporativa a través de la autoeducación de las personas como por ejemplo: charlas, seminarios, etc., debe ser la base de todas las empresas florícolas del sector Lasso, de tal manera que les permita crear conciencia y consolidar el compromiso que poseen las mismas (empleados, clientes, inversionistas) con la comunidad, el medio ambiente, a través del cumplimiento de las leyes, de las normas establecidas en el país para beneficio y desarrollo de toda la población.

- Realizar las empresas florícolas un análisis sobre los problemas o deficiencias que afectan e impiden el cumplimiento de la Responsabilidad Social por ende el desarrollo de los objetivos empresariales, principalmente en lo que se refiere a la capacitación al personal sobre el correcto uso de los recursos y su influencia en el cuidado del medio ambiente.

- Informar los directivos de las empresas florícolas a sus trabajadores sobre cada una de las actividades que realizan en beneficio de la comunidad y del medio ambiente, por ejemplo, la contribución económica que realizan las empresas para el mantenimiento de las instalaciones de la guardería, de la enfermería y el crear un hábito de reciclaje en los empleados / trabajadores.

- Crear proyectos para mejorar la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas florícolas hacia la comunidad, a través de gestiones con las autoridades, instituciones públicas, etc., para realizar obras en beneficio de la comunidad.

3.13 BIBLIOGRAFÍA

3.13.1 Bibliografía Consultada

- BESTRATÉN, Manuel y Pujol Senovilla Luis, en su artículo “*Responsabilidad Social de las Empresas*”, 2004.
- SÉRVULO, Anzola. *Gestión Administrativa y Financiera*. Quinta Edición. México. 2007.
- ZAPATA, Pedro, *Contabilidad General*. Sexta Edición. Colombia: McGraw-Hill, 2008. 549 p. ISBN: 10-970-10-6787-8.
- SORIANO, Juan. *Producción de Rosas*. Segunda Edición. Terranova Editores. Bogotá – Colombia. 2001.
- LAWRENCE, Gitman y CARL, McDaniel, *El Futuro de los Negocios*. Quinta Edición. México: Edamsa, 2008.

3.13.2 Bibliografía Citada

- SÉRVULO, Anzola. *Gestión Administrativa y Financiera*. Quinta Edición. México. 2007. p. 11.
- HIRT, Geoffrey. *Gestión y Administración*. Tercera Edición. México. 2006. p. 29
- ZAPATA, Pedro, *Contabilidad General*. Sexta Edición. Colombia: McGraw-Hill, 2008. 549 p. ISBN: 10-970-10-6787-8. p. 5.
- BRAVO, Mercedes, *Contabilidad General*. Séptima Edición. p. 3.
- SORIANO, Juan. *Producción de Rosas*. Segunda Edición. Terranova Editores. Bogotá – Colombia. 2001. p. 4.
- FAINSTEIN, Rubén. *Manual para el Cultivo de Rosas en Latinoamérica*. Ecuaooffset Cía. Ltda. Ecuador. 1997. p. 7.
- LAWRENCE, Gitman y CARL, McDaniel, *El Futuro de los Negocios*. Quinta Edición. México: Edamsa, 2008. p. 87.

- GRIFFIN, Ricky W, y EBERT, Ronal, *Negocios*. Séptima Edición. México: Pearson, 2005. p. 134.

3.13.3 Bibliografía Virtual

- HTML Document [en línea]. Ecuador: MMC Desig, 2009.- Publicación seriadadiaria. [consultada 14 de enero 2012. Pág. 5] Dirección:http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa.
- HTML Document [en línea]. Ecuador: MMC Desig, 2009.- Publicación seriadadiaria. [consultada 14 de enero 2012. Pág. 2] Dirección:http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=63&lang=es.
- HTML Document [en línea]. Ecuador: MMC Desig, 2009.- Publicación seriadadiaria. [consultada 14 de enero 2012. Pág. 2] Dirección: <http://www.univalle.edu.co/plandesarrollo2005-2015/contenido/3.analisis-interno/2-administrativa.html>.
- HTML Document [en línea]. Ecuador: MMC Desig, 2009.- Publicación seriadadiaria. [consultada 14 de enero 2012. Pág. 1] Dirección: <http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/gestionadministracion>.
- HTML Document [en línea]. Ecuador: MMC Desig, 2009.- Publicación seriadadiaria. [consultada 14 de enero 2012. Pág. 5] Dirección: <http://www.bsigroup.com.mx/es-mx/Auditoria-y-Certificacion/Sistemas-de-Gestion/Area-de-Negocios/Responsabilidad-social>.

ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1

NOMBRE: Empresas Florícolas del sector Lasso, cantón Latacunga

ELABORADO POR: Nancy Guadalupe Jiménez Mallitásig y Ana Lucía Pazmiño Velásquez

Fecha	Descripción de la Observación	Si	No	Observación
22/06/2012	Indumentaria y materiales necesarios para el personal de cultivo, recepción, poscosecha, empaque y fumigadores			
	Utilización de herbicidas, insecticidas y fungicidas			
	Supervisión sobre el correcto uso y manejo de los productos químicos			
	Servicio de guardería, enfermería y comedor			
	Utilización de abonos orgánicos			
	Formas para evitar la contaminación ambiental			
	Capacitación permanente a los empleados / trabajadores			
	Contratación de personal discapacitado			
	Contaminación del agua, aire y tierra			

ANEXO N° 2



Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa Florícola

..... del sector Lasso.

1. ¿Conoce usted qué es la Responsabilidad Social Corporativa?
2. ¿Aplica su empresa políticas o iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?
3. ¿Se dictan capacitaciones, charlas, seminarios y/o motivaciones al personal que labora en su empresa acerca de la Responsabilidad social Corporativa?
4. ¿Qué normas de conducta aplica su empresa para contribuir al desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa?
5. ¿Qué beneficios considera usted que obtiene su empresa al ser Socialmente Responsable?
6. ¿En qué ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa cree usted que se desempeña su empresa?
7. ¿Su empresa realiza proyectos que guían al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa?
8. ¿La empresa cumple a cabalidad con las normas y leyes establecidas por el Gobierno para el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa?
9. ¿Qué piensa usted que necesita su empresa para mejorar la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa?
10. ¿Considera usted necesario el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en su empresa? Por qué

ANEXO N° 3



Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Cuestionario dirigido al Jefe de Personal del Departamento de Recursos Humanos de la empresa florícola..... del sector de Lasso

Objetivo: Recopilar información suficiente para llevar a cabo la presente investigación y determinar cómo se está cumpliendo las actividades planificadas para contribuir al mejoramiento social y ambiental.

Instrucciones:

- Leer detenidamente cada una de las preguntas
- Seleccionar una sola respuesta

CUESTIONARIO

1. ¿Considera usted que ha incrementado el grado de contaminación del Medio Ambiente?

SI ()

NO ()

2. ¿Cuál cree usted que sería la principal causa de contaminación ambiental en su empresa?

Botar la basura (desechos) en lugares prohibidos ()

Utilizar abonos químicos o fertilizantes en la producción de rosas ()

Quemar la basura (desechos) ()

Todas las anteriores ()

3. ¿Utiliza el personal que labora en su empresa la indumentaria y todos los materiales necesarios para trabajar?

SI ()

NO ()

4. ¿Conoce usted a que se refiere la Responsabilidad Social Corporativa?

SI ()

NO ()

5. ¿Conoce usted cuáles son las actividades que contribuyen al mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa en la florícola?

SI ()

NO ()

6. ¿Cuáles son las actividades primordiales que se debe desarrollar para mejorar la Responsabilidad Social Corporativa en la florícola?

Respeto al medio ambiente ()

Salud y seguridad laboral ()

Servir a la sociedad con productos de calidad ()

Correcto uso de los recursos, etc. ()

Todas las anteriores ()

7. ¿Recibe usted capacitaciones, charlas y/o seminarios sobre la Responsabilidad Social Corporativa en la florícola?

SI ()

NO ()

8. ¿Cada qué tiempo recibe usted las capacitaciones, charlas y/o seminarios en la florícola?

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

Nunca ()

9. ¿Existe liderazgo en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa aplicado en la florícola?

SI ()

NO ()

10. ¿Optimiza usted los diferentes recursos que posee la florícola para el mejoramiento de la Responsabilidad Social Corporativa?

SI ()

NO ()

11. ¿Considera que el Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en la florícola es necesaria para el mejoramiento social y ambiental?

SI ()

NO ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!