

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Sebastián Vicente Rivas-Crespo; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Edwin Joselito Vásquez-Erao

[DOI 10.35381/cm.v7i12.431](https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.431)

## **Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector inmobiliario**

### **Impact of Corporate Social Responsibility on the real estate sector**

Sebastián Vicente Rivas-Crespo

[sebastian.rivas.43@est.ucacue.edu.ec](mailto:sebastian.rivas.43@est.ucacue.edu.ec)

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-7498-8224>

Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

[kbermeo@ucacue.edu.ec](mailto:kbermeo@ucacue.edu.ec)

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-4438-7855>

Edwin Joselito Vásquez-Erao

[evasqueze@ucacue.edu.ec](mailto:evasqueze@ucacue.edu.ec)

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-9817-6773>

Recibido: 01 de octubre de 2020

Aprobado: 15 de diciembre de 2020

## RESUMEN

La investigación tiene por objetivo analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el sector inmobiliario de la ciudad de Azogues. Siendo un estudio descriptivo no experimental, la población estuvo conformada por 36 personas involucradas en el tema relacionado a la RSE. Los encuestados consideran mayoritariamente, 77,8 %, que las inmobiliarias no participan en donaciones de asistencia social, frente al 22,2 que creen que si apoyan a entidades sociales. Las actividades comerciales en el sector inmobiliario, se desarrolla de forma empírica e informal, a esto sumado factores externos y migratorios, dan como resultado que el mercado de oferta y demanda de bienes inmuebles sea desordenado y caótico. Los consultados indican en todas sus respuestas, que las empresas inmobiliarias no tienen actividades socialmente responsables, a esto se suma la falta de política sociales y de precios por parte de las instituciones obligadas a fomentar la responsabilidad social.

**Descriptor:** Responsabilidad social, migración, empresa, vivienda alquilada, comercio. (Palabras tomadas del Tesoro UNESCO).

## ABSTRACT

The research aims to analyze the incidence of corporate social responsibility in the real estate sector of the city of Azogues. Being a non-experimental descriptive study, the population was made up of 36 people involved in the subject related to CSR. The majority of respondents, 77.8%, consider that real estate companies do not participate in social assistance donations, compared to 22.2 who believe that they do support social entities. Commercial activities in the real estate sector are carried out empirically and informally, in addition to external and migratory factors, resulting in a disorderly and chaotic market for supply and demand for real estate. Those consulted indicate in all their answers that real estate companies do not have socially responsible activities, to this is added the lack of social and price policy on the part of the institutions obliged to promote social responsibility.

**Descriptors:** Social responsibility; migration; enterprises; rented housing; trade. (Words taken from the UNESCO Thesaurus).

## **INTRODUCCIÓN**

Las empresas y organizaciones que adoptan el modelo de responsabilidad social tienen más probabilidades de desarrollarse, crecer y lograr el éxito financiero. Para Drucker (1986) “la responsabilidad social significa convertir los problemas sociales en beneficios económicos, así como desarrollar y reconocer las habilidades humanas, actividades laborales bien remuneradas y generación de riqueza”; en el mismo tema, según Bowen (1953) la RSE “se refiere a los compromisos de los empresarios para utilizar políticas, asumir responsabilidades o continuar con las estrategias necesarias en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”.

Para (Berman, 1997), el concepto de responsabilidad social se concibe como la inversión personal para beneficios de terceros y del planeta, y se muestra en la convivencia con todos; a la vez que sustenta la existencia de tres dimensiones esenciales, fundamentadas en la relación de las personas por medio de un gran tejido con la colectividad local y global, respaldadas por principios éticos, de justicia y seguridad, en donde los individuos deben actuar con honestidad, siendo coherentes con sus valores.

En el análisis de la presente investigación, se observa que la industria inmobiliaria en Ecuador se encuentra en un momento de incertidumbre, especialmente por la pandemia Covid-19; sin embargo, para el desarrollo económico, financiero, social y ambiental del país, este sector tiene una mayor ventaja sobre otros niveles de la economía nacional, y se refiere a una recuperación inmediata, que se debe principalmente a factores microeconómicos del mercado como la oferta y demanda inmobiliaria, y la necesidad de la población por poseer su casa propia.

Las empresas inmobiliarias en Azogues son escasas, apenas 12 oficinas están en funcionamiento, brindando apoyo legal a sus operaciones a través de la correspondiente licencia de intermediación. Sin embargo, la participación de intermediarios informales, ha generado una competencia desleal; también se destaca las insuficientes empresas constructoras de planes de vivienda, lo que se define como una limitación de la oferta

inmobiliaria que trae como consecuencia, que el crecimiento urbanístico de la ciudad sea desordenado, sin planificación y desigual.

Esto corroborado por los profesionales en la materia, quienes aseguran que el comercio inmobiliario se encuentra estancado debido principalmente a que los dueños de bienes inmuebles han elevado los precios de forma exponencial; de la misma forma, consideran que esta situación puede cambiar, aplicando nuevas estrategias, se puede establecer una política de oferta y demanda ética y socialmente responsable; además la falta de organizaciones corporativas en la ciudad, como Cámara de la Construcción, provoca que el gobierno municipal de la ciudad deba establecer los precios de los bienes inmuebles en sus registros catastrales.

Los profesionales consultados, coinciden en manifestar que es imperativo proponer nuevas reglas comerciales socialmente responsables, para que el negocio de la construcción y el mercado inmobiliario no se paralice totalmente; por ello, se determina que todo el personal involucrado en este análisis deba implementar una propuesta de responsabilidad social empresarial (RSE).

La investigación tiene por objetivo analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el sector inmobiliario de la ciudad de Azogues.

## **Referencial Teórico**

### **La responsabilidad social y su impacto en la relación comercial de las empresas a través del tiempo**

Desde hace miles de años, incluso desde el nacimiento de la humanidad, diferentes investigadores y sociólogos han determinado la existencia de la responsabilidad social empresarial, debido a que las personas se apoyaban entre sí, bajo condiciones éticas, morales y principios empresariales (González-Mazariegos, 2018). La responsabilidad social empresarial (RSE) apareció claramente en la segunda mitad del siglo XX (Canessa-Illich & García-Vega, 2005).

Para varios analistas económicos y autores de artículos relacionados con el comportamiento organizacional y corporativo, la evidencia más temprana de responsabilidad social corporativa apareció en los Estados Unidos en la década de 1950. Luego, en Europa alrededor de 1990, se hicieron evidentes los primeros criterios de responsabilidad social, especialmente cuando la Comisión Europea utilizó este concepto para involucrar a los emprendedores en estrategias de empleo que generen mayores relaciones sociales (Aguilera & Puerto, 2012). De igual importancia es la publicación del Libro Verde bajo el título "Condiciones Básicas Europeas sobre Responsabilidad Social de las Empresas" (Comisión de las comunidades europeas, 2001), en donde el objetivo principal es involucrar a las organizaciones y emprendedores en las soluciones sociales, lo que determinó la reconciliación entre las empresas y la comunidad; esta actividad fortaleció vínculos sociales, solidaridad y respeto por el medio ambiente (Carrillo, et al., 2017).

Para (Canessa-Illich & García-Vega, 2005), el desarrollo histórico de la responsabilidad social empresarial tiene cuatro periodos importantes. El primero, en 1880 con la llamada era comercial; el segundo, lo determinó la Gran Depresión de 1929; el tercero, por el activismo social y la unidad social de las instituciones (1960-1970), estas organizaciones tienen la caridad como principal característica, por lo que han hecho incansables y fuertes contribuciones para resolver y aliviar los grandes problemas sociales de las personas. De esta manera, en ese momento, la responsabilidad de los temas sociales y ambientales comenzó a ser compartida por el Estado, la sociedad civil y las organizaciones sociales, con fondos aportados principalmente por movimientos sociales religiosos y grandes empresas (Ramón-Minchala, et al., 2020).

Bajo la discreción de otros autores e historiadores, entre ellos (Barbosa-Ramírez, et al., 2014), manifiestan, que cuando el capitalismo se convirtió en un modelo de vida, las empresas asumieron responsabilidades más importantes, especialmente en el ámbito social y político; razón por la cual, el estado y la comunidad han impuesto restricciones

morales y legales a las actividades comerciales licenciosas, lo que también permitió que la globalización libere los mercados y se desarrollen esquemas tecnológicos, informáticos y comunicacionales.

En consecuencia, la responsabilidad social se concibe como la ejecución de acciones a favor de los integrantes de una comunidad, teniendo como fundamento el respeto a todo el contexto legal que rigen las actividades sociales, comerciales, financieras y ambientales, buscando la unión, responsabilidad y respeto por la convivencia diaria. Para (Yauri-Santos, et al., 2020) la responsabilidad social empresarial es un acuerdo voluntario que hacen las empresas para lograr una sociedad mejor (incluida la protección del medio ambiente).

Los colaboradores y demás grupos de interés (stakeholders) son beneficiados de la responsabilidad empresarial y a su vez estos tendrán gran influencia en el alcance de objetivos organizacionales; (Bateman & Snell, 2005), manifiestan que la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos. Para (Chiavenato, 2011), la responsabilidad social se refiere a la actitud y comportamiento de los actores ante las exigencias sociales, derivadas de sus actividades que le plantea la sociedad, esto significa que la organización debe evaluar y pagar los costos sociales que genera.

El autor (Robbins, 2013), manifiestan que se han definido varios conceptos de responsabilidad social, y de diferentes maneras. Para enumerar algunos contenidos relacionados, la responsabilidad social empresarial solo busca incrementar las ganancias comerciales, es cualquier actividad de la empresa que se realiza para buscar un mayor bienestar social, es mejorar las condiciones sociales o ambientales. Por otro lado, (Martínez-Herrera, 2005) la define como el compromiso audible de una empresa con los valores éticos, que le da un sentido humano a su compromiso con el desarrollo sostenible, buscando integrar el crecimiento económico con el bienestar social y la protección del medio ambiente.

Los autores (Robbins & Coulter, 2013), explican que “con el fin de ampliar el alcance del análisis y obtener una mayor comprensión, plantean y comparan dos conceptos: obligación social y sensibilidad social”; por lo tanto, la obligación social es el compromiso de una empresa de realizar acciones sociales, que surgen de su necesidad de cumplir con ciertos compromisos económicos y legales, la organización hará lo que debe y nada más; esta idea refleja la visión clásica de la responsabilidad social, es decir la única responsabilidad es maximizar las ganancias.

Por otro lado, la sensibilidad social constituye el compromiso empresarial en asumir acciones sociales frente a diversas necesidades públicas; los gerentes o líderes de estas organizaciones deben seguir las normas y valores sociales, y tomar decisiones que estén en línea con la realidad del mercado y relacionadas con su comportamiento (Robbins & Coulter, 2013).

De acuerdo al criterio de (Aguilera & Puerto, 2012) “La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión voluntaria, la empresa apuesta si asume o no esa responsabilidad”. Según el autor (González-Mazariegos, 2018), la responsabilidad social de una organización, se realiza en el cumplimiento de las leyes y disposiciones contractuales, porque puede responder a las necesidades de la sociedad; es decir, la organización internaliza y responde a los beneficios de la sociedad; en este aspecto, el concepto de responsabilidad social está determinado por las perspectivas sociales, políticas y económicas de los involucrados. Por lo tanto, es evidente la importancia del equilibrio social por cuanto permite documentar datos con el objeto de entender a las organizaciones en lo social y consecución de resultados, a su vez estos puedan ser evaluados, para conocer las transformaciones dadas a través de los años.

La responsabilidad social empresarial ofrece nuevas opciones de "competencia", que se considera como la transferencia de valor añadido a la sociedad. Si la organización emite una advertencia a tiempo, se espera que este valor se convierta en una fuente de ventaja competitiva en el mediano o largo plazo (Aguilera & Puerto, 2012).

Acotando, las organizaciones socialmente responsables tienen diferentes formas de observar la realidad, sobrepasan el cumplimiento de sus metas; por tanto, se demuestra que las organizaciones que han asumido el compromiso de cumplir responsabilidades sociales internas y externas han obtenido extraordinarios beneficios económicos, comerciales y sociales. Las empresas deben cumplir los compromisos con los stakeholders, respetando los derechos humanos, laborales y el medio ambiente, asegurando el futuro de las generaciones venideras. Por otra parte, (Aguilera & Puerto, 2012), consideran sobre la necesidad de resaltar, que, en las organizaciones, la responsabilidad social se entiende de diferentes formas; desde una condición consciente y responsable hacia el bienestar común; y desde una conducta deliberada, en dónde la empresa pretende réditos económicos, a través de la especulación.

De acuerdo con (Strandberg, 2010), por la necesidad de informar a la comunidad, las empresas tenían el problema de no saber cómo medir las acciones de RSE y verificar sus resultados, considerando que la información publicada debía ser coherente, completa y ordenada. Por tal motivo, establecen varias normas y guías de cumplimiento obligatorio, entre las que se destacan: Pacto Mundial, Global Reporting Initiative (GRI), SA 8000, AA 1000, la ISO 26000, AECA, indicadores Ethos de RSE, y otras.

La aplicación de estas normas y lineamientos en organizaciones y empresas ha fortalecido la relación de responsabilidad social en las actividades diarias de la organización, (incluidas las actividades que involucran a las partes interesadas), los principios éticos, los temas centrales relacionados con la responsabilidad social y la implementación de la misma. El principio del método de rendición de cuentas es necesario para brindar orientación a la organización; es un estándar común para evaluar, probar y mejorar la credibilidad y la calidad de la organización y sus principales procesos, sistemas y capacidades del informe de sostenibilidad, sistema de rendición de cuentas. Según (Landázuri-Aguilera, et al., 2018), otros investigadores se han involucrado en la medición de la RSE, con el objeto de evaluar a las organizaciones con sus propias



métricas, entre otros se destacan (Chow & Chen, 2011), (Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández, 2013) y (González-Ramos, et al., 2014).

Los stakeholders, se refieren a todas las personas y organizaciones relacionadas con las actividades de la empresa; interesados o partes interesadas; estos grupos incluyen empleados, clientes, proveedores, accionistas, inversores, entidades públicas y organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organizaciones civiles, toda la comunidad y toda la sociedad; de acuerdo a (Waddock, 2004), la responsabilidad social empresarial se define como estrategias y actividades comerciales basadas en su impacto en los grupos de interés y su entorno natural.

### **La responsabilidad social empresarial y su influencia en las relaciones comerciales en el Ecuador**

En Ecuador, según algunos estudios de caso de la Unión Ecuatoriana por la Responsabilidad Social (CERES), pocas organizaciones han iniciado este proceso; sin embargo, algunos informes de RSE de importantes empresas del país señalan que la implementación del plan de responsabilidad social empresarial con su entorno, tuvo un impacto positivo.

Para (Villacís, et al., 2016), la primera, pequeña y mediana empresa (PYMEs) en adoptar un modelo de gestión responsable con este enfoque data entre 2005 y 2007, y su experiencia brinda una metodología para otros países. Algunas empresas aún necesitan contar con un modelo de gestión de sus indicadores operativos diarios para luego incorporar indicadores relacionados con temas ambientales o sociales, pero ya existen grandes, medianas y pequeñas empresas que enfrentan el desafío de contribuir al desarrollo sostenible, que son ejemplos a seguir en estos campos (Morales-Herrera, 2012).

En línea con el análisis de (Villacís, et al., 2016), en Ecuador se han realizado cambios en cuanto a la legislación y los requisitos para las empresas, provocando que el sector privado ecuatoriano se preocupe cada vez más por su influencia en todas las áreas mencionadas. En este aspecto la ética empresarial es una teoría que considera a la empresa como un participante importante en el desarrollo social. Cuando las empresas operan en su entorno, tienen un compromiso y responsabilidad con ese ese medio, por lo que deben incluir principios éticos en su comportamiento, que no se trata solo del individuo, sino también de la ética de la empresa y la comunidad. Actuando de esta manera, la empresa no solo puede ganarse la confianza de la sociedad, sino también participar en un proceso integral de desarrollo interno y externo.

Según (Yauri-Santos, et al., 2020), la globalización ha afectado mucho las funciones de las empresas, porque tienen que enfrentar nuevas demandas y desafíos debido a la rapidez de los cambios del mercado. Debido a esto las organizaciones han cambiado su gestión voluntaria por estrategias competitivas, y así mantener la sostenibilidad en el tiempo

Los autores (Kohen & Fierro-Ulloa, 2015) indican en su análisis, que la razón para convertirse en empresa es generar ganancias y retornos económicos para el propietario. Pero lo que mucha gente no sabe es que una empresa como unidad es un participante social y tiene dos objetivos principales a saber, económicos y sociales; por lo tanto, el propósito económico es promover bienes y servicios para la satisfacción de la sociedad, y buscar valor agregado que permita a sus miembros cobrar y cumplir con sus obligaciones; por otro lado, buscar el propósito social de desarrollar la sociedad y sus integrantes, es decir una empresa es la unidad económica y social que responde a las necesidades sociales.

Para diciembre de 2005, nació legalmente el Instituto de Responsabilidad Social (IRSE) como una organización privada sin fines de lucro cuyo concepto se basa en el humanismo verdadero, solidario y ético para promover el desarrollo social; esta organización forma

parte de la Fundación Horizontes, que es la impulsora de las principales empresas del país; la misión del Instituto Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial es: promover, difundir y cooperar en la implementación de la cultura y prácticas de responsabilidad social empresarial para promover el desarrollo sostenible, y comunicarse con las personas a través del apoyo técnico, demás instituciones a través del aporte técnico-metodológico, del intercambio de experiencias, acciones y colaboración mutua. El IRSE promueve la práctica, la tecnología y la aplicación metodológica de la responsabilidad social basada en la implementación del modelo de responsabilidad social corporativa. A través del desempeño sobresaliente de la organización y la aplicación general de la organización, la organización utiliza una variedad de herramientas comunes para cooperar para mejorar la sociedad con transparencia y un propósito legítimo basado en valores como la ética (Carreño-Godoy, et al., 2020).

Además, los comportamientos y metas empresariales inculcados por el IRSE no deben ignorar los verdaderos valores, que pueden conducir al desarrollo humano, el bienestar social, el cuidado del medio ambiente y la consolidación del desarrollo sostenible (IRS, 2012). Al igual que el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial, el IRSE también cuenta con múltiples áreas de acción, entre ellas: información y comunicación; como se mencionó anteriormente, en Ecuador el concepto de responsabilidad social empresarial se enfoca en la caridad, donación y asistencia social, por lo que el IRSE busca difundir la sociedad empresarial.

Por otro lado, es evidente que en las ciudades la población ha aumentado, especialmente en aquellos países subdesarrollados; el gobierno no tiene los recursos económicos necesarios, no tiene poder, y menos personal calificado para contribuir y apoyar a su gente en el desarrollo de servicios e infraestructura básica. La calidad es fundamental, es decir, agua potable, servicios de saneamiento, educación de calidad y transporte seguro; para gestionar la ciudad con estándares administrativos, los fondos, el poder político y el personal deben delegarse a las autoridades locales (Oarsoaldea, 2007).

En el tema de análisis, se evidencia que en la ciudad de Azogues las organizaciones públicas y privadas tienen una comprensión limitada del significado de la responsabilidad social empresarial, y un pequeño número de personas que entienden el significado, no forman parte de la entidad involucrada, lo que significa que el concepto de "responsabilidad social" no es entre la empresa y la sociedad. Por las razones ya señaladas, en este artículo de investigación se pretende demostrar que la ausencia de estrategias de responsabilidad social en organismos e instituciones públicas y privadas tiene un impacto negativo en la oferta y demanda inmobiliaria de la localidad y sus grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial se puede definir como la capacidad de una empresa o entidad para responder al impacto de las acciones de diferentes grupos de interés (stakeholders) relacionados con ella. Para (Castaño-González, 2011), las responsabilidades interactúan entre las empresas para satisfacer las necesidades, metas y objetivos, para lograr los deseos de sus afiliados y empresas beneficiarias, cumpliendo al mismo tiempo con el cuidado y protección del medio natural.

Según Mónica León (COAC), las oficinas inmobiliarias existentes en Azogues están lejos de cumplir con los requisitos de responsabilidad social empresarial, pero afectan directamente a familias y grupos de interés que están invirtiendo en proyectos de vivienda por hechos inconclusos. Como esto, es un ejemplo del proyecto de vivienda de beneficio social municipal local compuesto por 40 unidades; el proyecto inició su construcción en el año 2017 y actualmente es inhabitable; además, se encuentra paralizado, lo que ha causado pérdidas económicas a la entidad responsable; varias familias fueron afectadas, al no cumplir con el compromiso de proporcionarles vivienda. Por tanto, se deben definir procedimientos y recomendaciones de responsabilidad social empresarial en proyectos de vivienda urbana.

Para Cbr Olger Sarmiento, (Inmocañari), “el sector de la construcción e inmobiliario, se encuentra en crisis desde hace tres años, esto debido a tres factores, el primero, la disminución de las remesas de los migrantes, que constituía la principal fuente de financiamiento de la construcción y promoción inmobiliaria, en la actualidad quienes viven en el extranjero, decidieron adquirir sus bienes en el lugar de su residencia; el segundo factor, las altas tasas de interés y dificultad para acceder a créditos hipotecarios de las instituciones financieras; y el tercer factor, se evidencia que los propietarios de terrenos, casas, edificios han sobrevalorado injustificadamente sus propiedades hasta un 80% de su precio real; considera además que la falta de compromiso social de las entidades públicas y privadas, no permiten un desarrollo efectivo del sector inmobiliario”.

Wilson Peñafiel (MIDUVI) corrobora lo manifestado por otras organizaciones, y dice que la falta de compromiso y empatía de las instituciones llamadas a fortalecer la RSE, ha provocado que los ciudadanos miren con pesimismo su posibilidad de construir o comprar una vivienda, esto, debido a que los trámites burocráticos para adquirir un crédito hipotecario, son engorrosos, difíciles y hasta imposibles.

En la cita periodística de diario El Comercio (2020) se indica que el déficit de vivienda en Ecuador impacta a casi la mitad de los 4'360.000 hogares registrados hasta 2017, la brecha habitacional es del 67% en zonas rurales y del 38% en áreas urbanas, según datos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). La estimación oficial es que el déficit “aumenta a una tasa de 40.000 hogares por año”, debido a factores como el crecimiento demográfico. Entre las causas del déficit habitacional están la falta de empleo, la limitada capacidad de ahorro de la población y la ausencia de préstamos hipotecarios a tasas asequibles ofrecidos por el sistema financiero para una gran parte de la población.

El Gobierno busca reducir la brecha con la implementación del Plan de Casa para Todos, que oferta préstamos hipotecarios con condiciones preferenciales, con una tasa de interés del 4,99% con plazos de 20 a 25 años. El programa se desarrolla, por ahora, a través de dos bancos privados y dos mutualistas. El Banco del Instituto Ecuatoriano de

Seguridad Social (Biess) no participa del plan; como se puede analizar en este artículo periodístico, ninguna institución pública o privada tiene criterios de responsabilidad social. Ante este escenario, las oficinas inmobiliarias se encuentran en incertidumbre, y consideran, sus representantes, que se debe replantear las estrategias entre las organizaciones involucradas en el sector de la construcción e inmobiliario, tanto del nivel público como privado, con el objeto de impulsar el comercio de bienes raíces, dentro de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial (Erao & Narváez, 2020).

En este contexto (Alanis, et al., 2013), manifiestan que aquella empresa que decida implementar un modelo de RSE estratégico, debe comprender seis áreas de gestión principales: generación de utilidades, ética empresarial, desarrollo de la comunidad, mejora continua del ambiente laboral, cuidado del medio ambiente y participación pública; por lo tanto es fundamental que las instituciones públicas y privadas, empresas e inmobiliarias de la ciudad de Azogues apliquen responsabilidad social empresarial, considerando que el crecimiento poblacional es directamente proporcional con la demanda de proyectos habitacionales.

Para Jorge Molina, Propietario de Constructora Molina “es importante mencionar que la inversión económica en los proyectos de vivienda es considerable, y con un riesgo alto de que el proyecto habitacional no cumpla con su objetivo”; por esta razón los inversionistas y constructores (stakeholders) necesitan que las entidades públicas garanticen la aprobación y sostenibilidad legal de sus propuestas, con criterios de responsabilidad social empresarial.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo se realiza por medio de un análisis de las variables dependientes e independientes en su estado natural, sin manipulación de las mismas, por lo tanto, la investigación refiere a un estudio descriptivo no experimental. La población estuvo conformada por 36 personas involucradas en el tema relacionado a la RSE, a quienes se

encuestaron y aplicó encuesta para la recolección de información mediante cuestionario predefinido, con preguntas cerradas y de opción múltiple, fue indispensable para recabar la información requerida (Rodríguez, et al., 2019). Los datos de la investigación se describieron por medio de la tabulación y gráficos correspondientes, una vez procesados estadísticamente desde la estadística descriptiva.

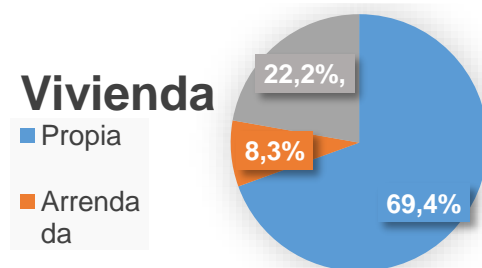
## RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la encuesta planteada, nos indica el camino a seguir para presentar una propuesta real de RSE, dirigida a las empresas inmobiliarias y de la construcción; además otras organizaciones públicas y privadas. Se identifican las siguientes dimensiones en una población etaria entre 24 y 60 años.

### Dimensión 1: Características de la población y habitabilidad

Generalmente se pregunta a los encuestados el rango de edad lo que se determinó que el 56 % tienen su edad entre 24 y 35 años, mientras el 44 % entre 36 y 60 años.

Se preguntó a los encuestados, sobre su habitabilidad, y se obtuvo como respuesta que el 69,4 % dispone de vivienda propia, mientras el 8,3 % arrienda, y el 22,2 % viven con un familiar. Lo que se determina que el 30,5 % no tiene vivienda propia.



**Figura 1.** Condiciones de habitabilidad.

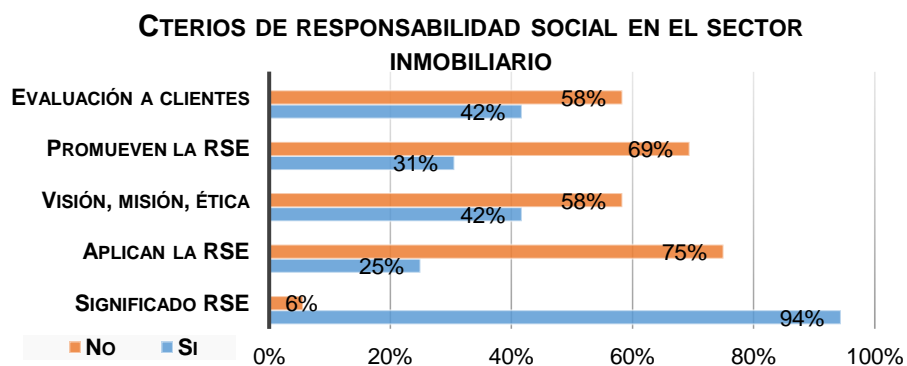
## Dimensión 2: Criterios sobre responsabilidad social en el sector inmobiliario

Sobre el significado de responsabilidad social, el 94,4 % respondieron que si conocen su concepto; mientras que el 5,6 % aseguraron desconocer. Este resultado nos asegura que la ciudadanía entiende a la RSE cómo parte integral de la sociedad.

Como contraste al ítem anterior, el 75 % de los consultados manifiestan que las instituciones públicas, privadas, empresas inmobiliarias, no aplican la RSE como una fortaleza, frente al 25 % que indican que si la aplican. A este indicador se suma que el 58,3 % considera que las inmobiliarias de la ciudad no tienen plasmada la misión, visión y código de ética; mientras que el 41,7 % consideran que si lo tienen.

Los consultados respondieron que las inmobiliarias no promueven la RSE entre sus colaboradores, 69,4 %, y que si promueven el 30,6 %.

Sobre la evaluación de las inmobiliarias a la satisfacción de sus clientes, el 58,3 % manifiesta que no existe seguimiento, mientras el 41,7 % indica que las empresas si se preocupan de su aceptación.

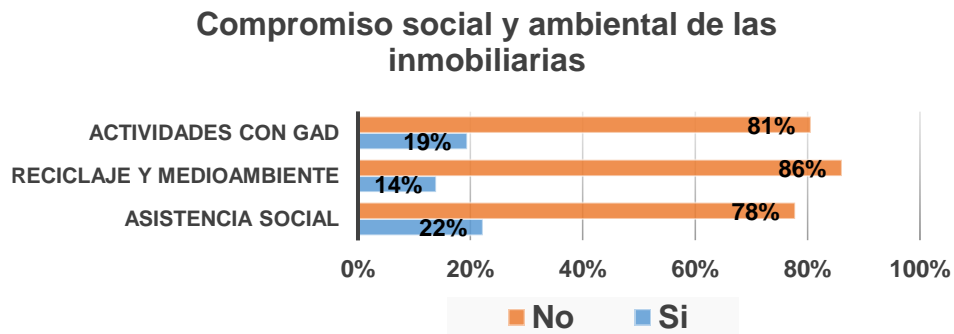


**Figura 2.** Criterios sobre RS en el sector inmobiliario.



### **Dimensión 3: Compromiso social y ambiental de las inmobiliarias**

Los encuestados consideran mayoritariamente, 77,8 %, que las inmobiliarias no participan en donaciones de asistencia social, frente al 22,2 que creen que si apoyan a entidades sociales. Además, para los consultados, el 86,1 % indican que las inmobiliarias no realizan actividades de reciclaje y cuidado del medioambiente, frente al 13,9 % que consideran que si lo hacen. Los ciudadanos también respondieron, que las inmobiliarias no coordinan actividades conjuntas con la municipalidad local en beneficio de la sociedad, 80,6 %, mientras que el 19,4 % manifiestan que si existe gestión participativa.



**Figura 3.** Compromiso social y ambiental de las inmobiliarias.

## PROPUESTA

Luego del análisis de resultados de la encuesta y la verificación de la información se plantea presentar a las empresas inmobiliarias de la ciudad, una propuesta de RSE, fundamentada en un esquema que contiene 4 etapas a considerar: Diagnóstico situacional; Principios, visión y misión; Objetivos estratégicos; Seguimiento y evaluación.



**Figura 4.** Esquema gráfico de la propuesta.

### Diagnóstico situacional

La información obtenida nos demuestra que la mayoría de la población conoce el significado de responsabilidad social, pero en contraste, las oficinas inmobiliarias de la ciudad de Azogues, no tienen una propuesta de RSE, sus actividades diarias se orientan a consideraciones éticas y de valores, como el accionar en los momentos de comercialización. Para tener el diagnóstico situacional presentamos el siguiente análisis PCI-POAM:

**Tabla 1.**  
 Análisis capacidades internas (PCI).

Calificación	Grado			Grado			Impacto		
	Debilidades			Fortalezas					
Capacidades	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
<b>Directiva RSE</b> -Criterios de RSE -Análisis estratégico -Coordinación y control -Seguimiento y evaluación	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪
<b>Competitiva</b> -Participación del mercado -Lealtad del cliente -Administración de clientes -Análisis post-venta	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪
<b>Financiera</b> -Capacidad endeudamiento -Liquidez interna -Estabilidad de precios -Rentabilidad	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪
<b>Tecnológica</b> -Nivel tecnológico -Coordinación de áreas -Manejo redes sociales -Información oportuna	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪
<b>Talento humano</b> -Nivel académico -Experiencia en ventas -Motivación y estabilidad -Remuneración	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪

**Fuente:** Serna (1994).

El Perfil de Capacidad Interna (PCI), es un instrumento de medición organizacional de gran importancia, que permite conocer el estado situacional de las empresas, a través de la valoración de las fortalezas y debilidades, y su correlación con las oportunidades y amenazas de los factores externos con la participación de todos los involucrados que afecten la operación empresarial.

Sebastián Vicente Rivas-Crespo; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño  
 Edwin Joselito Vásquez-Erao

**Tabla 2.**  
 Análisis factores externos (POAM).

Factores	Calificación	Grado			Grado			Impacto		
		Oportunidades			Amenazas					
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
<b>Económicos</b> -Remesas de migrantes -Índice de precios -Tasas de interés bancaria -Estabilidad económica		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Políticos</b> -Cambio de gobierno -Ley de tierras -Ordenanzas municipales -Estabilidad política		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Competitivos</b> -Mercado cautivo -Oferta y demanda -Calidad del servicio -Calidad del producto		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Sociales</b> -Desempleo -Grupos de familia -Nivel educación y cultura -Ingresos familiares		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Tecnológicos</b> -Nivel tecnológico -Uso de redes sociales -Desarrollo y procesos		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Geográficos</b> -Ubicación, topografía -Clima -Recursos naturales		■	■	■	■	■	■	■	■	■

**Fuente:** Serna (1994).

El Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), es una excelente herramienta para determinar el lugar donde se desenvuelve una organización, identificando los factores positivos y negativos; esto le permite a la empresa aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas con estructuración de estrategias firmes y confiables.

### **Principios, misión y visión**

Se sustenta en la declaración universal de las Naciones Unidas sobre los principios de responsabilidad social, en dónde los empresarios deben adquirir compromisos sólidos y duraderos en temas fundamentales de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción. Para el cabal cumplimiento de este acuerdo se propone el seguimiento detallado en la tabla 3 y 4.

**Tabla 3.**  
 Principios universales de la RSE.

Principios universales	Descripción	Cumplimiento	
<b>Derechos humanos</b>	Apoyar y respetar la protección de los DD.HH		
	No permitir el abuso de los DD.HH.		
<b>Trabajo</b>	Apoyar los principios sindicales y libre asociación		
	Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio		
	Eliminar toda forma de trabajo infantil		
	Eliminar la discriminación laboral		
<b>Medio Ambiente</b>	Las empresas deberán prevenir a favor del medio ambiente		
	Las empresas deben apoyar iniciativas que aporten la responsabilidad ambiental		
	Las empresas deben colaborar con el desarrollo tecnológico amigable con el medio ambiente.		
<b>Anticorrupción</b>	Las empresas e instituciones deberán luchar contra la corrupción, extorsión y sobornos.		

**Fuente:** Naciones Unidas (2020).

**Tabla 4.**  
 Misión y Visión.

	Propuesta	Cumplimiento			Evaluación		
		1	2	3	1	2	3
<b>Misión</b>	Está encaminada a tomar acciones positivas efectivas entre todos los participantes de la sociedad, respetando las leyes, reglamentos, acuerdos y contratos que rigen las actividades sociales, comerciales, financieras y ambientales, buscando así la armonía, la responsabilidad y el respeto por la convivencia en nuestro desarrollo y vida.						
<b>Visión</b>	Consolidar la posición de liderazgo dentro del contexto del sector inmobiliario a nivel local, expandiendo su tasa de penetración de servicios de responsabilidad social en todos los mercados posibles, para convertirse así en una de las empresas de más rápido crecimiento a nivel nacional.						

**Fuente:** Elaboración propia

### **Objetivos estratégicos**

El principal objetivo que pretende la RSE, está en el impacto positivo que estas acciones crean en el entorno empresarial, contribuyendo efectivamente a la competitividad y sostenibilidad de la organización; por esta razón es necesario establecer estrategias de RSE, que sean propias del medio en donde se desenvuelven las empresas. Se presenta una propuesta estratégica según la tabla 5.

**Tabla 5.**  
 Objetivos estratégicos de RSE.

Objetivos	Responsables	Actividades	Indicadores	Impacto
Establecer políticas de RSE	Gerente de la empresa	Capacitación Coordinación	Encuestas de satisfacción a stakeholders	Incremento en la satisfacción de los stakeholders
Establecer políticas de precios reales	Gerente Jefe de ventas	Comunicación Participación	Entrevistas a los clientes post-negociación	Aumento de ventas de acuerdo a la oferta
Promover la solidaridad a través de programas de beneficencia	Gerente Jefe administrativo	Cumplimiento Seguimiento Evaluación	Número de beneficiados	Reconocimiento de la comunidad
Liderar los proyectos medioambientales de la localidad	Gerente Todos los empleados		Número de proyectos en ejecución	Disminución en la contaminación ambiental

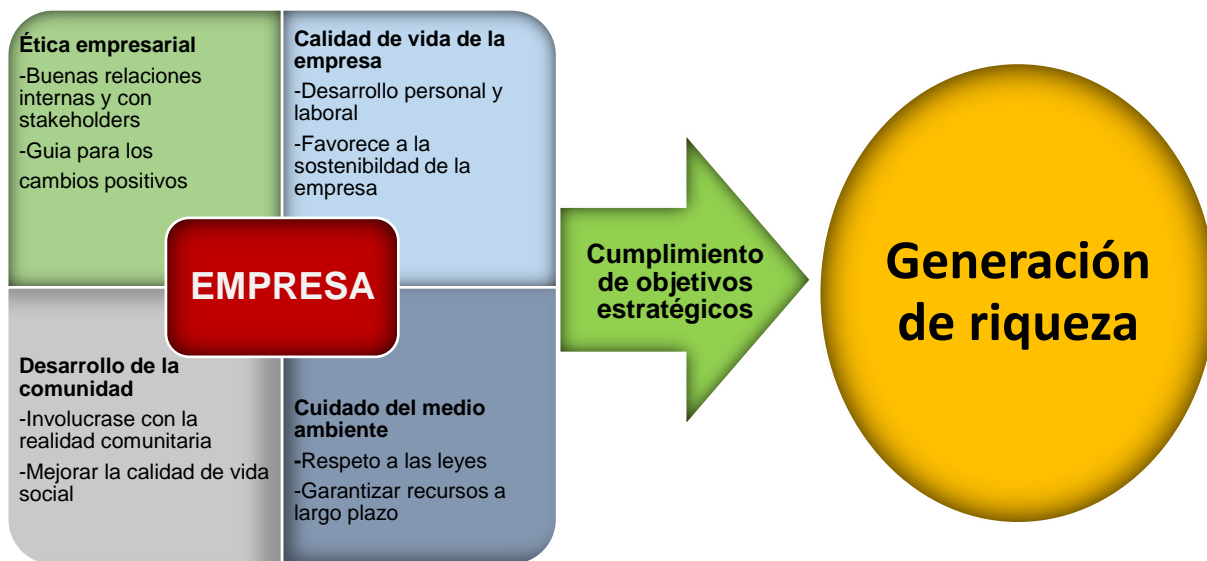
**Fuente:** Elaboración propia.



Sebastián Vicente Rivas-Crespo; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño  
Edwin Joselito Vásquez-Erao

### Línea de Acción

Las organizaciones pueden entender la RSE, reconociendo cuatro pilares estratégicos que determinan su ámbito de acción en toda actividad empresarial, esta puede variar de acuerdo a la situación geográfica, sector, u organización (Ruiz, 2018).



**Figura 4:** Línea de acción

## Seguimiento y evaluación

Para verificar el cumplimiento y alcance de la propuesta de RSE, es necesario realizar el seguimiento y la evaluación a las actividades de la empresa. La tabla 6, presenta una recomendación para la aplicación de las diferentes variables.

**Tabla 6.**  
 Seguimiento y evaluación.

Variables	Actividades	Cumplimiento		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Principios y valores</b>	Cumplimiento: Misión y visión Código de ética Capacitación			
<b>Compromiso con el cliente</b>	Buen trato Responsabilidad Seguimiento			
<b>Mercado comercial</b>	Honestidad Puntualidad Transparencia			
<b>Proyectos medio ambiente</b>	Ejecución Cumplimiento Evaluación			
<b>Programas sociales</b>	Coordinación Ejecución Medición			

**Fuente:** Elaboración propia.

## **CONCLUSIONES**

Como se puede demostrar en el presente trabajo de investigación, las actividades comerciales en el sector inmobiliario de la ciudad de Azogues, se desarrolla de forma empírica e informal, a esto sumado factores externos y migratorios, dan como resultado que el mercado de oferta y demanda de bienes inmuebles sea desordenado y caótico. Los consultados indican en todas sus respuestas, que las empresas inmobiliarias no tienen actividades socialmente responsables, a esto se suma la falta de política sociales y de precios por parte de las instituciones obligadas a fomentar la responsabilidad social; ahondando la problemática en este sector de gran importancia para la economía local. Es por esta razón, que es necesario e impostergable presentar propuestas y recomendaciones de responsabilidad social que deban ser incorporadas obligatoriamente a las actividades diarias de todas las oficinas inmobiliarias de la ciudad, considerando que el mercado de bienes raíces es aun cautivo, vislumbrando un futuro alentador que permitirá dinamizar la economía con la creación de fuentes de trabajo, negocios transparentes, proyectos de solidaridad, programas de reciclaje y protección al medio ambiente, entre otros.

## **REFERENCIAS CONSULTADAS**

- Aguilera , A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento Empresarial basado en la Responsabilidad Social [Business Growth based on Social Responsibility]. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Alanis, L., Tello, M., & Sanchez, L. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial [Corporate Social Responsibility]. Global Conference on Bussines and Finance Proceedings.
- Barbosa-Ramírez, D., Medina-López, C., & Vargas-López, M. (2014). Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: tensiones estructurales [Globalization, financial capitalism and corporate social responsibility: structural tensions]. *Civilizar: Ciencias Sociales Y Humanas*, 14(27), 135-154. <https://doi.org/10.22518/16578953.186>

- Bateman, T., & Snell, S. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo [Administration: A new competitive landscape]* (6° ed.). (M. Pons, Ed.) México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.
- Berman, S. (1997). *La conciencia social de los niños y el desarrollo de la conciencia de responsabilidad social [Children's social consciousness and the development of social]*. New York: New York State University Press.
- Bowen, H. (1953). *Responsabilidades sociales del empresario [Social responsibilities of the employer]*. Iowa: Universidad de Iowa press.
- Canessa-Illich, G., & García-Vega, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo [The ABC's of Corporate Social Responsibility in Peru and the World]*. Lima: Siklos S. R. Ltda.
- Carreño-Godoy, M. J., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 455-482. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.702>
- Carrillo, F., Carrillo, V., Orellana, A., & Poveda, G. (2017). Efecto de la Responsabilidad Social en el sector público ecuatoriano en el siglo XXI. <https://n9.cl/0dkyz>
- Castaño-González, E. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada [Communicating social responsibility, a little-explored option for business success]. *Revista lasallista de investigación*, 8(2), 173-186.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones [Human Resource Management: The Human Capital of Organizations]*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Chow, W.S., Chen, Y. (2012). Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context. *J Bus Ethics* 105, 519–533. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0983-x>
- Comisión de las comunidades europeas. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [Promoting a European framework for corporate social responsibility]*. Bruselas: COM. <https://n9.cl/9fh30>

- Drucker, P. F. (1986). Convertir los problemas sociales en oportunidades de negocios: el nuevo significado de la responsabilidad social empresarial [Turning social problems into business opportunities: the new meaning of corporate social responsibility]. California: Berkeley.
- El Comercio, E. (2020). Estas son 16 dudas frecuentes de los nuevos créditos hipotecarios. <https://n9.cl/4e6iw>
- Erao, J. C., & Narvárez, C. I. (2020). La gestión del capital intelectual y su impacto en la efectividad organizacional de la industria de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua - Ecuador [The management of intellectual capital and its impact on the organizational effectiveness of the leather and footwear industry in the Province of Tungurahua - Ecuador]. *Revista Espacios*, 41(21), 254-271.
- Gallardo-Vázquez, D, & Sánchez- Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, (38),14-31.
- González-Mazariegos, Y. R. (2018). Responsabilidad Social Empresarial en Inmobiliarias [Corporate Social Responsibility in Real Estate]. Obtenido de <https://n9.cl/jhymy>
- González-Ramos, M., Donate-Manzanares, M., & Guadamillas-Gómez, F. (2014). El efecto del papel mediador de la reputación corporativa en la relación entre la RSC y los resultados económicos [Analysis of the impact of Corporate Social Responsibility on success]. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1), 67-89.
- Institute of Social and Ethical Accountability [Instituto de Responsabilidad Social y Ética]. (2003). AA1000. Corresponsables Fundación.
- Koehn, P., & Fierro-Ulloa, I. (2015). El modelo de responsabilidad social empresarial como estrategia en el sector inmobiliario en el Ecuador. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 10(1), 101-114. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2015v10n1.875>
- Landázuri-Aguilera, Y., Hinojosa-Cruz, A. V., & Aguilar-Morales, N. (2018). Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. *Cuadernos De Contabilidad*, 19(48), 1-16. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc19-48.rsei>

- Martínez-Herrera, H. (2005). Responsabilidad social y ética empresarial [Social responsibility and business ethics]. Bogotá: ECOE.
- Morales-Herrera, K. (2012). Sostenibilidad Empresarial: experiencias de responsabilidad social en empresas ecuatorianas [Corporate Sustainability: experiences of social responsibility in Ecuadorian companies]. AHK, GIZ, AVINA, CONQUITO, 1-25.
- Naciones Unidas (2020). Pacto global de Naciones Unidas. <https://n9.cl/o8bee>
- Oarsoaldea. (2007). Cooperación al desarrollo [Cooperation to the development]. Errenteria, Lezo, Oiartzun y Pasaia: Oarsoaldea.
- Ramón-Minchala, O. P., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). Integración de la responsabilidad social empresarial en proyectos de inversión dirigidos al sector agrícola [Integration of corporate social responsibility in investment projects aimed at the agricultural sector]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 702-728. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.710>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2013). Administración: Un empresario competitivo [Management: A competitive entrepreneur]. México D.F.: Person Educación 3a Ed.
- Rodríguez, D., Erazo, J., & Narváez, C. (2019). Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la ciudad de Cuenca (Ecuador) [Quantitative techniques of marketing research applied to meat consumption in Cuenca City millennial generation] *Revista Espacios*, 40(32), 20.
- Ruiz, R. (2018). Líneas estratégicas de la Responsabilidad Social Empresarial [Strategic Lines of Corporate Social Responsibility]. *Fusión Empresarial*, 1-5. <https://revistafusionempresarial.mx/raul-ruiz/>
- Serna, H. (1994). Planeación y gestión estratégico [Strategic planning and management]. Legis editores, 119, 136-137.
- Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la RSE: Indicadores y normas [Measuring and communicating CSR: indicators and standards]. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, 1-21. <https://n9.cl/iflp>

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Sebastián Vicente Rivas-Crespo; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Edwin Joselito Vásquez-Eraza

Vázquez, D., & Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito [Analysis of the impact of Corporate Social Responsibility on success]. *Universia Business Review*, 38, 14-31.

Villacis, C., Suarez, Y., & Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466.

Waddock, S. (2004). Universos paralelos: empresas, académicos y el progreso de la ciudadanía corporativa. *Revista de Negocios y Sociedad*, 109 (1), 5-24.

Yauri-Santos, G., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Paulina Moreno, V. (2020). Plan de responsabilidad social empresarial para el sector inmobiliario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 397-426.  
<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.845>

©2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).