

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i3.918>

La responsabilidad social ambiental en organizaciones del sector privado

Environmental social responsibility in private sector organizations

Rafael Antonio Romero-Sarmiento
rafael.romero.68@psg.ecacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-4254-7106>

Carlos Fabián Ramírez-Valarezo
framirezva@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-3437-2705>

Mireya Magdalena Torres-Palacios
mireya.torres@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-7724-3313>

Recibido: 20 de mayo de 2020
Revisado: 15 de junio de 2020
Aprobado: 30 de julio de 2020
Publicado: 15 de agosto de 2020

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

RESUMEN

La investigación tiene por objetivo de analizar la responsabilidad social ambiental (RSA) en la empresa Cobre Premium del Ecuador. La metodología empleada fue de tipo descriptiva con diseño de campo no experimental, siendo la muestra poblacional constituida por 124 personas. La empresa Cobre Premium, depende mucho de los pequeños, medianos y grandes recicladores quienes son los encargados de proveer la chatarra de cobre a la empresa, convirtiéndose estos en sus principales stakeholders, papel importante en este proceso, cumplen las autoridades comprometidas con el medio ambiente, con el apoyo de las cuales se podría prohibir la comercialización de cobre quemado, solo así se reducirá considerablemente la huella de carbón, lo que traerá como consecuencia el beneficio común de la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

Descriptor: Responsabilidad social; comportamiento social; cobre; medio ambiente. (Palabras tomadas del Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

The objective of the research is to analyze the environmental social responsibility (RSA) in the company Cobre Premium del Ecuador. The methodology used was descriptive with a non-experimental field design, with a population sample consisting of 124 people. The Cobre Premium company depends a lot on the small, medium and large recyclers who are in charge of supplying the copper scrap to the company, becoming its main stakeholders, an important role in this process, the authorities committed to the environment comply, with the support of which the commercialization of burnt copper could be prohibited, only in this way will the carbon footprint be considerably reduced, which will bring as a consequence the common benefit of the company, society and the environment.

Descriptors: Social responsibility; Social behavior; Copper; Environment. (Words taken from the UNESCO Thesaurus).

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, ha habido un interés creciente por responsabilidad social empresarial ambiental (RSEA), por cuanto cada vez es más difícil ignorar la contaminación causada por las empresas en el mundo. Existen dos tipos de empresas: unas que realizan contribuciones sociales y ambientales de manera superficial, mientras que otras adoptan la RSEA como estrategia de su negocio. Lo que marca la diferencia entre una empresa y otra, es que buscan perdurar en el tiempo, ello ha motivado la investigación de RSEA, desde hace más de un siglo, que es cuando inicio la RSEA (Pérez-Espinoza, et al., 2016).

La sociedad o los grupos de interés exigen remediación ambiental por parte de las empresas en cada uno de sus entornos, dicho de esta manera los accionistas buscan que sus empresas sean ambientalmente sustentables, de este modo a través de su plan ambiental como complemento se obtendrían ventajas competitivas, legitimación social y perdurabilidad, no obstante no se asegura que todas las empresas comprendan la importancia de hacer lo adecuado, cuidando el entorno, en efecto las empresas convencionales se conforman con cumplir las normas para maximizar el beneficio de sus accionistas, sin embargo sí podrían maximizar toda su utilidad si aplicaran las siguientes ventajas (Barroso-Tanoira, 2008).

En Ecuador, la industria de reciclaje tiene una cultura avanzada en cuanto a su recepción, clasificación y distribución de los diferentes tipos de chatarras, entre estas se encuentra la industria de material ferroso tales como: Adelca, Novacero y Andec misma que reutilizan acero de las recicladoras para optimizar el material, abaratar costos y abastecer la demanda nacional. La industria del cobre y aluminio como Cobrec o Eletrocables importan cátodos extraídos de mina, mientras que la chatarra de este tipo es exportada para su respectivo reproceso, todas estas industrias aportan de manera considerable al desarrollo económico del país.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Responsabilidad social ambiental (RSA)

La RSA, se manifiesta como la manera de guiar la gestión empresarial, siendo la herramienta que tienen las empresas para incorporar la correlación que debe existir entre la compañía y los grupos de interés vinculados a ella, manteniendo un interés común para el mutuo beneficio. Ahora bien, las empresas, “deben armonizar en su actividad de producir, comercializar o vender el escenario de la rentabilidad económica y de la estabilidad financiera, con los derechos humanos y los derechos laborales, con el bienestar social, la garantía integral y la protección ambiental”. De este modo, las empresas en conjunto con la comunidad asumen un papel importante en relación con las implicaciones que deben tener en todos los procesos que involucren los derechos fundamentales de las partes, para así mantener el equilibrio en la sociedad (Padilla, et al., 2017).

La Responsabilidad Social Ambiental (RSA) es una respuesta a las expectativas de la sociedad, ¡y sí! Está alineada con la gestión estratégica, al mismo tiempo puede mejorar la competitividad empresarial en un sector determinado, cómo es la industria del reciclaje. La incorporación de la variable socio ambiental en la gestión empresarial, a partir de las expectativas de los Stakeholders, logrará un desarrollo más sostenible y sostenido. Esto puede ser posible, entre otras formas, mediante la adopción de un sistema de gestión integrado para los estándares de certificación dirigidos a la calidad del producto, reduciendo los impactos sobre el medio ambiente, la salud y seguridad ocupacional y la responsabilidad social, cumpliendo con las expectativas de los Stakeholders de cada empresa (Marulanda & Rojas, 2019).

Con respecto a las estrategias actuales no se tiene un indicador definido de Educación Ambiental (EA), un análisis del ciclo de vida funcionara como un instrumento de investigación para el comportamiento ambiental de los productos o servicios, los cuales servirían para medir la contaminación generada por las industrias en cada país. Como parte de EA se debería empezar a cuantificar la huella de carbón o contaminación de cada empresa, la huella de carbón representa una medida de emisiones, de gases de efecto invernadero, liberadas al medio ambiente, así de esta manera sería una herramienta clave para controlar la contaminación generada por las industrias. La siguiente tabla explica la clasificación de Responsabilidad Social (RS)

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

de acuerdo a sus aspectos (Navarro-Saldaña, et al., 2017).

Tabla 1.
 Clasificación de la Responsabilidad Social.

RS aspecto económico	RS aspecto medioambiente	RS aspecto social
Una organización genera riqueza Puesto que el lucro a corto, medio y largo plazo forman parte de la actitud responsable de una organización. Una empresa responsable es aquella que posee una política de crecimiento limpio, natural y capaz. Así como, una política equilibrada de distribución de beneficios y su reinversión en la propia empresa, entre otros.	Se traduce en la minimización de los recursos que emplea la organización del medio natural y el impacto que en él produce. Así como en una actitud proactiva para garantizar que el uso de los actuales recursos naturales por la organización, no comprometa el uso de los futuros recursos naturales por parte de generaciones futuras.	Hace referencia a la atención de las necesidades de las personas. Así como, la contribución al cambio de las relaciones de desigualdad presentes en nuestra sociedad.

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla indica la clasificación de las estrategias adoptadas por las empresas como parte de su compromiso social adquirido:

Imagen corporativa en la empresa.

La imagen corporativa es todo lo que significa la empresa para el mundo, es la carta de presentación, partiendo de esto la imagen corporativa marca la diferencia entre empresas, entendiéndose como imagen corporativa al medio de comunicación entre la empresa y sus Stakeholders, estrechando relación y satisfaciendo las necesidades presentadas. Toda imagen corporativa debe tener una identidad visual corporativa, mediante la cual permite a los usuarios diferenciar a las compañías, para crear una identidad visual deseada y acorde al modelo de giro de negocio hay tener en cuenta factores como:

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

1. Nombre
2. Logotipo
3. Eslogan
4. Colores
5. Información

Estos factores descritos son claves a considerar al momento de crear la imagen empresarial, resultan asimismo interesantes al momento de transmitir el significado de una empresa a la comunidad, sin embargo la imagen creada, no es necesariamente la transmitida por la empresa, sino más bien, en gran parte lo expresado por los diferentes medios de comunicación, por ello a pesar de los esfuerzos se debe tratar de mantener la imagen corporativa intacta y al mismo tiempo positiva, así de esta manera lograra destacarse y diferenciarse del resto de empresas, no obstante hay que tener siempre en cuenta a la competencia y lo cambiante que se vuelve el mundo en el que giran las empresas (Carreño-Godoy, et al., 2020).

La imagen corporativa expresa la mayoría de veces la identidad de una empresa, lo que hace que muchos usuarios se identifiquen con la misma, en este caso se considera necesario tratar de ser imprescindibles para los stakeholders, ofertándoles calidad, buscando así fidelizarlos con la marca y de esta manera a más de posicionamiento se ganaría marketing y perdurabilidad en el tiempo, para todo esto se debe trabajar en los siguientes objetivos:

1. Fidelizar al cliente.
2. Ofertar calidad.
3. Generar confianza.
4. Lealtad a la marca.

Atendiendo estas consideraciones es importante mantener una estrategia de comunicación multicanal, misma que sirve para atender a todos los clientes, fidelizarlos con la marca, de esta manera se gana prestigio y un posicionamiento tanto en el mercado local como internacional (Rodríguez, et al., 2019). Si bien es cierto que la imagen corporativa es un concepto concreto, existen algunos tipos de imagen importante a considerar como lo son las contenidas en la siguiente tabla:

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Tabla 2.
Tipos de imágenes corporativas.

Imagen subjetiva	Imagen deseada	Imagen percibida	Imagen difundida
Es aquella que hace referencia a los empleados a su manera o percepción desde el interior de la empresa.	Es aquella que hace referencia al tipo de imagen que los creadores la quieren dar.	Esta define tipología e ejemplificación en esta hay trabajar de manera objetiva.	Es aquella parte corporativa que distribuimos a nuestro grupo de interés, las cuales debemos tener muy en cuenta para perdurar en el tiempo

Fuente: Moreno (2018).

La RSA incide directamente sobre los procesos de producción, a corto o largo plazo, podría cuestionar o mejorar la imagen empresarial, de igual manera sirve como la herramienta clave, por cuanto muestra a la empresa como un tipo de empresa amigable con el medio ambiente. Al reciclar, reducir el consumo de energía, responder a las necesidades de la industria y al ser responsables en el uso de los recursos mejoraría la imagen tanto subjetiva, deseada, percibida como difundida (Robles, 2019). Sobre la base de las líneas expuestas es necesario guiar a las empresas, a tomar un nuevo enfoque hacia la RSA, a fin de conseguir que la misma actúe de manera social y ambientalmente responsable. Como es evidente debe señalarse que la materia de RS es descriptiva y mas no una normativa, dentro de esta perspectiva se busca orientar a la empresa a ser RSAE (Moreno, 2018).

Las primeras discusiones y análisis serios sobre aplicabilidad de RSA, surgieron hace algunas décadas, al no tener una respuesta favorable de las empresas, para que la RSEA sea considerada tanto fuera como dentro de una empresa, se tiene que concientizar y establecer políticas de remediación sobre los impactos que causa una industria al ambiente (Foa-Torres & Tuninetti, 2019). Desde la perspectiva de la ISO 26000 y GRI, debe señalarse que se prioriza la conservación de los derechos tanto

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

en las prácticas ambientales, laborables y productivas, incentivando el control de calidad con el fin de preservar el desarrollo de la sociedad (Acuña, et al., 2017).

Dentro de este marco existe una brecha amplia por los empresarios para alinear su negocio con RSEA. Es por ello, que empresarios líderes buscan soluciones ambientalmente responsables, obteniendo de esto ventajas competitivas y legitimación social, a partir de la responsabilidad social establecida en las corporaciones. Sin embargo, de lo indicado y a pesar de los esfuerzos realizados por muchos años para establecer la importancia del actuar socialmente responsable, esto es un proceso lento que tomara tiempo en los empresarios o accionistas para que se tome como una ideología empresarial el incluir el cuidado del medio ambiente (Zambrano-Noles, et al., 2018).

En el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tanto en lo social como en lo ambiental, se ha vinculado la aplicación en los lineamientos investigados, priorizando lo siguientes:

1. El impacto ambiental.
2. El impacto social.
3. El desarrollo y crecimiento empresarial.

Dicho de este modo no se ha aplicado aún un modelo útil de RSE para todos los empresarios, debido a que lo primero que se busca cambiar la mentalidad de los mismos, para así finalmente involucrar a sus grupos de interés, de esta manera empezaría el verdadero cambio de la RSE. La RSA, como le hemos venido mencionando es un tema amplio, y discutible en cada uno de sus fines básicos, por lo que ponerla en práctica depende exclusivamente de cada empresa y las políticas de cada país (Vázquez-Maguirre, 2019).

Otro impacto tendría la RSA si fuera una necesidad desde el punto de vista empresarial, para sí mismos resultaría interesante aplicar cambios radicales en sus obligaciones con las autoridades, comunidad y grupos de interés, mediante lo cual otorgaría un principio a una cadena de valor, misma que enlazaría y produciría una dinámica simétrica de acción, enfocada en lo moral, acogándose de este modo toda la sociedad, no obstante la realidad es otra, para las empresas estas políticas no intervienen en su proceso social, productivo, económico y comercial (Zarrilli, 2015).

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Un considerable número de investigadores han referido que es necesario realizar una evaluación del impacto causado por las empresas tanto en lo social como lo ambiental, a partir de estos impactos analizados lo que se busca es impedir o minimizar efectos perjudiciales para el entorno, una forma de hacerlo es a través de un análisis FODA de la RSEA en las empresas, dentro de este marco se podría entender de una mejor manera:

1. Las fortalezas de la empresa ganadas.
2. Sus oportunidades no vistas o no aplicadas.
3. Las Debilidades de la industria.
4. Posibles Amenazas sobre el modelo de negocio.

De estas evidencias los empresarios, autoridades y comunidad podrían aprovechar al máximo sus recursos en todas sus expresiones con la finalidad de establecer un proceso productivo en función de potenciar la sostenibilidad – sustentabilidad del medio ambiente en razón del aporte responsable de las empresas desde su manejo operativo, en razón de lo planteado, la investigación tiene por objetivo de analizar la responsabilidad social ambiental (RSA) en la empresa Cobre Premium del Ecuador.

METODOLOGIA

La metodología empleada fue de tipo descriptiva con diseño de campo no experimental, siendo la muestra poblacional constituida por 124 personas que laboran indirectamente con la empresa Cobre Premium del Ecuador, a quienes se encuestó y aplicó cuestionario de varias alternativas con la finalidad de conocer su percepción sobre la responsabilidad empresarial ambiental de la empresa con la finalidad de describir las fortalezas y debilidades en torno al tema de preservación ecológica tan importante en la sociedad actual, siendo procesada la información mediante estadística descriptiva.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

RESULTADOS

Los principales resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación realizados para la industria de reciclaje de cobre se muestran a continuación:

Nivel de compromiso ambiental

Como se puede observar en la figura 1, en los resultados de la pregunta 1 de la encuesta, la mayoría de las personas encuestadas consideran sumamente importante que una empresa aplique RSA. Hay que tener en cuenta este resultado a fin de que sea aprovechado por los accionistas de las empresas, quienes, a más de cumplir con lo estipulado por la ley, se interesen en la obtención de un beneficio colectivo.

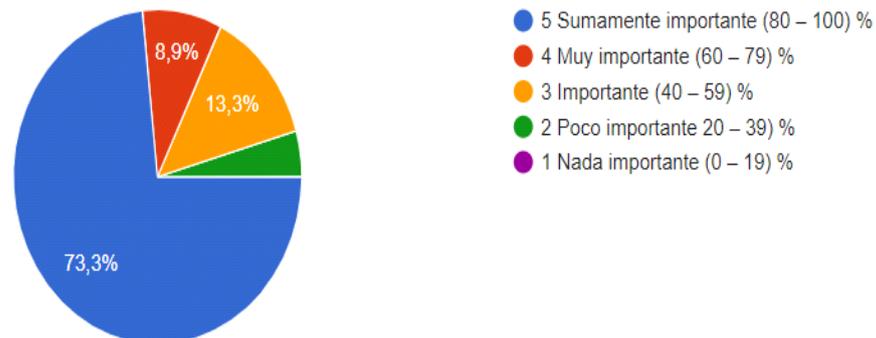


Figura 1. Importancia de la RSA.

Análisis de la importancia ambiental

Como se puede observar en la figura 2, la pregunta 13 de la encuesta, indica que es sumamente importante para los stakeholders, que la empresa inicie con una cultura ambiental, con la que se busque reducir la huella de carbono y la explotación indiscriminada de recursos. La industria del reciclaje de cobre, cumple con educar ambientalmente por un bienestar común.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

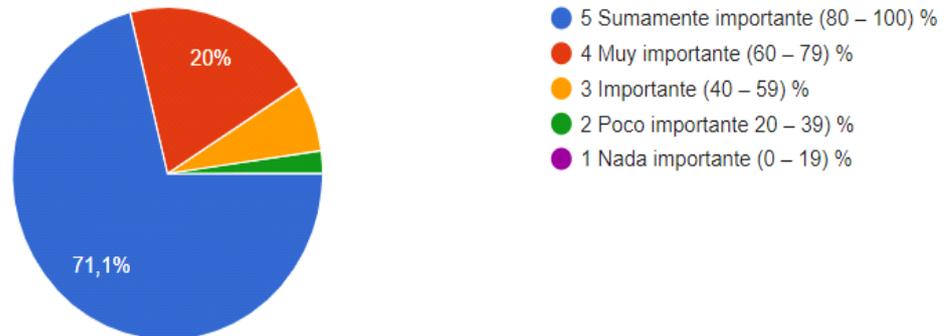


Figura 2. Importancia de concientizar ambientalmente.

Estructuración de una imagen corporativa

Es importante para una empresa que la comunidad conozca sus acciones, puesto que, si una empresa está comprometida con sus stakeholders y el medioambiente, debería mejorar su imagen corporativa, pero para un gran número de encuestados, la imagen corporativa no es de mayor relevancia, como se refleja en los resultados de la pregunta 10 que se muestran a continuación en la figura 3:

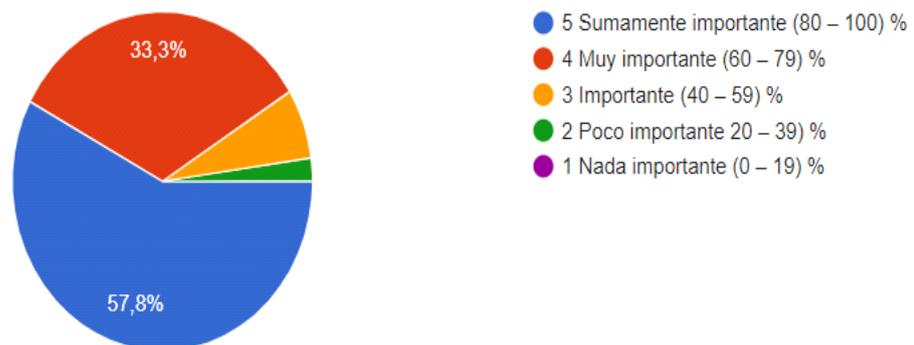


Figura 3. Introducción al mercado.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Análisis de mercado

Como se puede observar en la figura 4, la pregunta 9 muestra como resultado que únicamente para el cincuenta por ciento de los encuestados es sumamente importante la RSA para obtener ventajas competitivas. Al ser una empresa de reciclaje que aplique RSA, se mostrara en la comunidad como una empresa ambientalmente sustentable, lo cual implícitamente dará como resultado ventajas competitivas, aunque las mismas no sean percibidas por la comunidad.

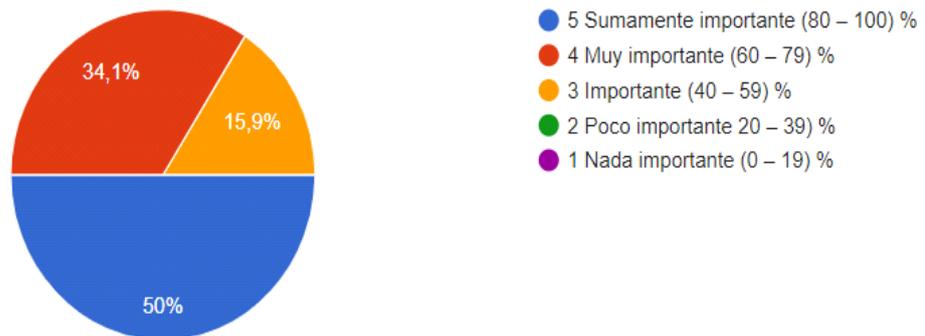


Figura 4. Marketing.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

PROPUESTA

El reciclaje es la clave para cuidar el medioambiente, la empresa de reciclaje Cobre Premium y la comunidad deben unificar esfuerzos por lograr un ganar-ganar (win to win), con el reciclaje del cobre, se evita la explotación innecesaria de las minas, lo que crea un entorno apropiado para todos.



Figura 5. Esquema de propuesta de la investigación.

Educación Ambiental

El cobre es un producto indispensable en nuestra vida, cuando el material es desechado se lo puede reciclar como se ha analizado, lo que se plantea como parte de educación ambiental hacia la comunidad es, dar a conocer una media de las emisiones de gases de efecto invernadero (Toneladas de CO₂), liberado a la atmósfera por las industrias al procesar cobre, en la tabla 4 veremos una comparación entre una industria de cobre que utiliza como materia prima el cobre extraído de mina y otra que usa chatarra de cobre.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Tabla 3
Diferencia en las materias primas.

Análisis	Chatarra de cobre	Extraído de mina (T. de CO2)
Huella de Carbón.	94% <	3
Ciclo de Vida.	Infinito	Hasta q se desecha

Fuente: Zhang (2015).

La huella de carbono constituye un elemento importante de concientización para dar paso a prácticas más sostenibles, con esto se pretende fomentar la cultura de reciclar ya que el 34% del cobre que se produce en el mundo proviene del reciclaje.

De igual manera el ciclo de vida del cobre, comienza por primera vez siendo extraído de mina y procesado para sus diferentes aplicaciones, una vez es desechada, pasaría a ser chatarra y formar parte de la materia prima para nuevamente ser procesada, de esta manera se da paso al reciclaje, evitando la explotación en innecesaria en minas, todo esto debe ser transmitido por la empresa a la comunidad para conservar el planeta y optimizar recursos.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Stakeholders

Para lograr ventajas medioambientales sustentables es muy importante la colaboración de autoridades, sociedad, proveedores y consumidores, con este aporte se propone conseguir lo siguiente:

Compromiso de todos para:

1.) Reciclar
El cobre es ecológico, noble y puro.

2.) Limpiar el mundo
Evita la explotación de minas y de recursos naturales.
Contribuye a respetar el medio ambiente y a crear una cultura de desarrollo sostenible.

3.) Ahorrar recursos y energía.
Reducir 4 veces las emisiones de dióxido de carbono (CO₂), en la atmósfera.
Reducir 99% generación de residuos sólidos.
Consumo 5 veces menos energía.
Reduce en un 98% el consumo de agua.

Figura 6. Compromiso de todos.
Fuente: Elaboración propia.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Imagen corporativa

Cobre Premium: “lo mejor en cobre para ti”.

Para lograr la imagen corporativa deseada, se ha visto conveniente optar por la aplicación de las cinco R en la industria de reciclaje Cobre Premium, por cuanto esto va ligado al modelo de negocio y complementara una imagen ambientalmente sustentable, de esta manera a más de diferenciarse de las demás empresas, se podría aprovechar como una estrategia de marketing útil para su posicionamiento, a continuación, en la tabla 4 se indica como ayuda las 5 R en la industria del reciclaje.

Tabla 4.
Propuesta de las 5 R.

R	Acción
Reciclar	Chatarra de cobre
Reducir	Contaminación y uso de energía
Recuperar	Cobre infinitas veces
Responder	Las necesidades
Responsable	Con el planeta

Fuente: Elaboración propia.

La aplicación de estas 5 R, serán como una herramienta útil al momento de conseguir que la imagen difundida ayude a que la empresa perdure en el tiempo.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

Evaluación de Impacto social

El reciclaje de cobre es un proceso cerrado donde la ecotasa tiende a cero y no hay costo alguno para la humanidad, mediante la matriz de Fernández-Vítora que se presenta en la tabla 5 se analiza el impacto causado por la empresa:

ENTORNO	MATRIZ DE IMPORTANCIA		FUNCIONAMIENTO								POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES	NATURALEZA	INTENSIDAD (I)	EXTENSIÓN (EX)	MOMENTO (MO)	PERSISTENCIA (PE)	REVERSIBILIDAD (RV)	ACUMULACIÓN (AC)	EFECTO (EF)	PERIODICIDAD (PR)	RECUPERABILIDAD (MC)	IMPORTANCIA	SIGNIFICACIÓN DE IMPACTOS				
			Recolección y transporte	Almacenamiento chatarra	Pesaje y despacho	Ingreso y salida de vehículos	Revisión preventiva vehículos	Carga y descarga de chatarra	Desalojo de chatarra de cobre	Rehabilitación de áreas afectadas																	
	COMPONENTE	ASPECTO AMBIENTAL	Código	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7														A8			
ABIOTICO	AIRE	Ruidos y Vibraciones	F1				x					Genración de ruido y vibraciones	(-)	8	1	4	2	1	2	1	4	4	4	65	SEVERO		
		Emisiones Atmosféricas	F2	x		x	x		x	x			Generación de material particulado	(-)	2	1	4	2	2	2	4	4	4	4	61	SEVERO	
	SUELO	Residuos sólidos	F3	x			x						Generación de residuos solidos	(-)	2	1	4	2	1	2	1	4	1	1	41	MODERADO	
	AGUA	Efluentes	F4										Genración de efluentes	(-)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	IRRELEVANTE	
BIOTICO	FAUNA	Ingreso de especies invasoras	F5	x	x								Ingreso de especies invasoras	(-)	2	2	4	2	1	2	1	1	2	2	41	MODERADO	
	FLORA	Cobertura vegetal o uso de suelo	F6										Perdida de cobertura	(-)	2	1	1	2	4	1	1	1	4	4	45	MODERADO	
SOCIAL	SOCIO-ECONOMICO	Generación de empleo	F7				x	x	x	x	x		Generación de empleo	(+)	4	4	2	2	1	1	1	4	4	1	51	SEVERO	
		Valor de la Tierra	F8									x		Incremento del valor de la tierra	(+)	4	1	1	4	4	2	1	1	2	1	45	MODERADO
		Desarrollo económico local	F9	x			x				x			Consumo de servicios locales	(-)	4	8	4	1	2	2	1	1	1	1	53	SEVERO
		Calidad de vida	F10	x								x		Afección a la calidad de vida de los trabajadores	(-)	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	31	MODERADO
		Nivel de conflictividad	F11				x							Problemas con la comunidad	(-)	4	4	2	2	2	2	1	1	1	4	49	MODERADO
		Salud	F12	x		x				x				Afección a la calidad de vida de los trabajadores	(-)	4	1	2	4	2	2	4	4	1	2	55	SEVERO
	Accidentes Laborales	F13	x	x	x	x			x	x			Riesgo laboral	(-)	8	1	4	1	2	2	1	4	1	1	53	SEVERO	
CULTURAL	Estético / Paisajístico	F14		x		x					x		Afección al paisaje	(-)	4	1	1	1	4	2	1	4	2	4	51	SEVERO	

Figura 7. Matriz evaluación de impacto socio-ambiental.
Fuente: Fernández-Vítora (1997).

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

A partir de los resultados de impactos analizados la afectación del proyecto, propone la recuperación de las condiciones del medio a través del modelo de negocio. En la tabla 6 se realiza un análisis de la matriz de conesa a partir de los resultados obtenidos.

Tabla 5
Evaluación de matriz de Conesa.

Impactos negativos	
<ul style="list-style-type: none">• Depende de sus proveedores y la comunidad para su funcionamiento.• Sus utilidades dependen de la bolsa de valores.• Las empresas establecidas generan barreras altas de entrada.	<ul style="list-style-type: none">• La crisis económica repercute en la bolsa de valores.• Contaminación de la carga en la exportación.
Impactos positivos	
<ul style="list-style-type: none">• Generación de empleo.• Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.• Evita explotación innecesaria de recursos naturales.• Se puede reciclar indefinidas veces.	<ul style="list-style-type: none">• Establecerse en el mercado.• Posicionar una imagen corporativa.

Fuente: Elaboración propia.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

CONCLUSIONES

La empresa Cobre Premium, depende mucho de los pequeños, medianos y grandes recicladores quienes son los encargados de proveer la chatarra de cobre a la empresa, convirtiéndose estos en sus principales stakeholders, papel importante en este proceso, cumplen las autoridades comprometidas con el medio ambiente, con el apoyo de las cuales se podría prohibir la comercialización de cobre quemado, solo así se reducirá considerablemente la huella de carbón, lo que traerá como consecuencia el beneficio común de la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la empresa Cobre Premium, por el apoyo brindado en la realización de esta investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Acuña, N., Figueroa, L., & Wilches, M. (2017). Influencia de los Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001 en las organizaciones: caso estudio empresas manufactureras de Barranquilla. [Influence of environmental management systems in organizations ISO 14001: case study manufacturing enterprises of Barranquilla]. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(1), 143-153. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000100143>
- Barroso-Tanoira, F. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. [Entrepreneurial Social Responsibility. A study focused in forty enterprises in Mérida, Yucatan]. *Contaduría y administración*, (226), 73-91.
- Carreño-Godoy, M. J., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras [Social responsibility in shrimp companies]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 10(5), 455-482. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.702>
- Fernández-Vítora, V. (1997). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental. Ilustrada, reimpressa. Mundi-Prensa.

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

- Foa-Torres, J., & Tuninetti, L. (2019). La política ambiental internacional y el discurso del papa Francisco: ¿hacia una ecología del pueblo? [International Environmental Politics and the Discourse of Pope Francis: Towards an Ecology of the People?]. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, (25), 77-99. Epub 01 de marzo de 2019. <https://dx.doi.org/10.17141/letrasverdes.25.2019.3513>
- Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). [Ethics in Higher Education Institutions to Build Trusting Relationships with Stakeholders]. *Información tecnológica*, 30(3), 269-276. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300269>
- Moreno, O. (2018). La importancia de la imagen corporativa de una empresa [The importance of the corporate image of a company]. Recuperado de <https://n9.cl/fpx4>
- Navarro-Saldaña, G., Rubio-Aguilar, V., Lavado-Huarcaya, S., Minnicelli, A., & Acuña, J. (2017). Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica. [Reasons and Aims for Including Social Responsibility in People Training in Latin-American Organizations]. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 11(2), 51-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-73782017000200005>
- Padilla, C., Arévalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. [Enterprise Social Responsibility and Financial Performance in the Plastic Industry of Ecuador]. *Información tecnológica*, 28(4), 93-102. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>
- Pérez-Espinoza, M., Espinoza-Carrión, C., & Peralta-Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. [Corporate social responsibility and environmental approach: a sustainable vision to the future]. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178.
- Robles, E. (2019). Responsabilidad Empresarial Endógena: Una perspectiva para Calidad Empresarial. [Responsabilidad Empresarial Endógena: Una perspectiva para Calidad Empresarial]. *CIENCIAMATRIA*, 5(9), 600-622. <https://doi.org/10.35381/cm.v5i9.243>

Rafael Antonio Romero-Sarmiento; Carlos Fabián Ramírez-Valarezo; Mireya Magdalena Torres-Palacios

- 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 market research techniques]. *Revista Espacios*, 40(32), 20.
- Vázquez-Maguirre, M. (2019). El desarrollo sostenible a través de empresas sociales en comunidades indígenas de América Latina. [Sustainable development through social enterprises in Latin American indigenous communities]. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(53), e19617. <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.617>
- Zambrano-Noles, S., Goyas-Céspedes, L., & Serrano-Cayamcela, J. (2018). Políticas públicas en defensa de la naturaleza, casuística y penalidad en Ecuador. [Policies public in defense of nature, case and penalty in Ecuador]. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 234-250.
- Zarrilli, A. (2015). Política, medio ambiente y democracia, un debate que apenas comienza. [Politics, environment and democracy, a debate that is just beginning]. *Luna Azul*, (41), 1-4.
- Zhang, Y. (2015). Análisis ambiental de la producción de cobre [Environmental analysis of copper production]. Recuperado de <https://n9.cl/ie4s8>