

La responsabilidad social empresarial analizada desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo

The managerial social responsibility analyzed from the organizational structure in the companies to Quevedo

Mauricio Franco^a, Baldramina Velásquez^b

^a Facultad de Dirección de Empresas/Carrera de Administración de Empresas y Negocios, UNIANDÉS extensión Quevedo

^b Facultad de Ciencias Administrativas/Carrera de Contabilidad y Auditoría, UTC extensión La Maná
Correspondencia Autores: mrfranco@espe.edu.ec, baldramina.velasquez@utc.edu.ec

Recibido: agosto 2016, **Publicado:** diciembre 2016

Resumen— Se determina que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una de las bases de la estrategia empresarial, si es bien empleada y utilizada representa ganancias a la compañía y a sus stakeholders, cuando está en la estrategia, al influirse de ética los principios corporativos y la toma de decisiones, esta combinación se manifiesta a través de la divulgación de Memorias de RSE, quien establece que se fortalece el compromiso de los miembros de la organización y mejora la imagen empresarial, y, se puede aseverar que el bienestar social no está en conflicto con la obtención de riqueza, ya que se compite en responsabilidad. El objetivo general que se esboza en esta investigación es la definición de las estructuras organizativas de las empresas del cantón Quevedo con la RSE, y relacionarlas a los resultados, actuaciones, estrategias, impactos y demostrar que la RSE incrementa el capital inmaterial o intangible de las empresas.

Palabras Claves— Estrategia, Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad

Abstract— It determines that the Social Managerial Responsibility (RSE) is one of the bases of the managerial strategy, if she is well an employee and used it represents earnings to the company and to his stakeholders, when it is in the strategy, on there having influenced of ethics the corporate beginning and the capture of decisions, this combination demonstrates across the spreading of RSE's Memories, The one who establishes that there fortifies the commitment of the members of the organization and improves the managerial image, and, can affirm that the social well-being is not in conflict with the obtaining wealth, since one competes in responsibility. The general aim that is outlined in this investigation is the definition of the organizational structures of the companies of the canton Quevedo with the RSE, and to relate them to the results, actions, strategies, impacts and to demonstrate that the RSE increases the immaterial or intangible capital of the companies.

Keywords— Social Managerial Responsibility; Sustainability; Strategy

I. INTRODUCCIÓN

La derivación de las corrientes antiglobalización, el clamor de las ONG's a favor de los más desposeídos, el ecologismo, los magnos aquelarres financieros, religiosos y

políticos, han provocado un cambio social en todo el planeta que busca sosegar con las injusticias.

Kotler y Roberto (2006:5) explican a la campaña social como “el esfuerzo organizado dirigido por un grupo (agente de cambio), que intenta persuadir a otros (adoptantes objetivo) para que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas”; además, describen al cambio social como “el hecho de alterar la forma con que los individuos desarrollan sus vidas, transformando prácticas adversas o dañinas en otras productivas, cambiando actitudes y los valores en las comunidades y en las sociedades en su totalidad, creando nuevas tecnologías sociales que introduzcan los cambios deseados y eleven la calidad de vida de las personas.”

Estos autores consideran que las campañas de cambio social se realizan teniendo en cuenta situaciones sociales de importancia, se proyecta y dirige este tipo de campañas a un grupo específico con el fin de concientizar sobre el tema y al finalizar se evalúa el cambio y el impacto logrado, reflexionan al decir que las campañas de cambio social no son nuevas, a lo largo de la historia han existido campañas de cambio social, evidenciando ejemplos en la antigua Grecia y Roma las campañas fueron creadas para liberar esclavos. En Inglaterra durante la revolución industrial las campañas fueron lanzadas para liberar deudores de la cárcel, promover el voto de la mujer, evitar y eliminar el abuso de los infantes en el trabajo, Kotler y Roberto (2006:5). Como se ha mencionado, con la revolución industrial y desde la antigua Grecia iniciaron movimientos de cambio de conducta de la comunidad. Con el paso del tiempo estos temas se han especificado y han encontrado sus públicos meta, intereses y puntos a atacar tal como es el caso de la RSE.

Estas épocas de cambios han incitado a que las empresas se inclinen hacia la Responsabilidad Social Empresarial. En el año 2000, la Cumbre de Lisboa establece como objetivos convertir a Europa en una economía competitiva capaz de lograr un crecimiento económico sostenible con una mayor cohesión social. Pero no es hasta julio de 2001 que, como primera Comunicación de la Comisión y primer

La responsabilidad social empresarial analizada desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo

antecedente a nivel mundial se publica el llamado Libro Verde de la Comisión de la Comunidad Europea en donde se plasman las líneas de la política gubernamental europea en materia de RSC.

Este libro ha resultado ser el marco para promover la calidad y la coherencia de las prácticas de responsabilidad social, y el verdadero inicio mundial del debate sobre cómo se podría fomentar la responsabilidad social de las empresas. Propone fomentar prácticas correctas de las empresas; velar por la coherencia entre las políticas nacionales y los estándares internacionales; fomentar el partenariado entre empresa e interlocutores sociales; promover instrumentos de evaluación; animar a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en relación al desarrollo sostenible; crear foros multistakeholders e incorporar prácticas de responsabilidad social en la gestión de gobierno (Libro Verde de la Comisión de la Comunidad Europea COM 2001/336). Establece también un conjunto de objetivos que tienen que ser alcanzados y que afectan a una nueva estrategia global, que pretende una economía basada en el conocimiento, capaz de alcanzar un crecimiento sostenible con mejores y mayores empleos, así como una mayor cohesión social (Ramos, 2007:453).



Figura 1. Principios establecidos y aceptados de la Responsabilidad Social Empresarial.

En el caso ecuatoriano, la RSE está vinculada al ámbito empresarial y se encuentra en un proceso de construcción desde hace aproximadamente una década atrás.

Para Ecuador, lo que existe en materia de RSE es un conjunto normativo que regula ciertas dimensiones como, la relación entre empresa y empleado, el medio ambiente, la ética, etc.; la legislación vigente está direccionada a:

1. Vincular la relación con el medio ambiente.
2. Mediación entre el Estado, sociedad y empresa.
3. Regularizar clientes internos, cliente externo y empresa.
4. Intervenir en la relación trabajador, sector externo y empresa.

A más de estos lineamientos aparecen evidencias en varios ámbitos de la Constitución Política del Ecuador y en orientaciones de algunas normas internacionales tomadas y que sirven de guía tales como la ISO 26000, la SA8000 y la AA1000

La Responsabilidad Social Empresarial en si es una forma novel de encauzar las demandas de los grupos de interés de la empresa. Los stakeholders esperan obtener un producto y/o servicio, que no solo sea de calidad, sino que exigen que su producto/servicio se haya elaborado de manera cuidadosa con el medio ambiente, que los trabajadores no hayan sufrido ningún tipo de exclusión, que la empresa combata la corrupción y/o que defienda los Derechos Humanos.

La RSE no es una moda instituida por el ciudadano global, es un cambio que se está promoviendo al interior de las organizaciones, taxativamente en la cultura empresarial, esto se puede ver en el progreso que tiene el comportamiento empresarial para ser condescendientes con sus stakeholders en varios tipo de demanda, por ejemplo en los 90, brindaban información social, laboral y ambiental, como parte de su informe anual, luego en el año 2002, a más del informe anual, brindan un informe medioambiental y/o social, que no está enmarcado a un estándar en común, sino que, se presentan varios informes, como el anual, con los aspectos económicos-financieros y de actividad empresarial, el de sostenibilidad/RSE ajustado al estándar GRI, el de Gobierno Corporativo entre otros. (Redondo, 2005b:2).

Así también, la comprensión integral de la situación del entorno por la sociedad como: la explotación de la mano de obra, discriminación, contaminación de aguas, tierra o aire, destrucción de la biodiversidad, etc., ha generado protestas por parte de los tres agentes que conforman el mercado: sociedad, administración pública y empresas (Redondo, 2006:4-9):



Figura 2. Agentes de Mercado.

El alcance de la RSE es tan extensa que perturba y a la vez ataña a todos los grupos de interés, ello determina que su desempeño simbolice una amplia gama de contingencias, en un entorno competitivo donde la empresa debe sobrevivir, por lo que es imperativo que el término rentabilidad sea concurrente con responsabilidad, y si una empresa no es responsable socialmente no sería tampoco sostenible económicamente. Con la RSE los procesos de gestión y toma de decisiones cambian para adaptarse a los deseos de los diferentes grupos de interés, que están cada vez más concienciados de que la empresa en la actualidad debe cumplir requisitos de sostenibilidad y que de no actuar

alcanzaría grandes problemas para las generaciones venideras (Redondo, 2006:11).

II. MATERIALES Y MÉTODOS

Existe un sinnúmero de motivos que causan que las empresas preparen acciones en el campo de la RSE, entre estas inciden el acatamiento de la legislación, la obtención de ventajas competitivas, la imposición de los stakeholders, circunspecciones éticas, accidentes y decisiones de los directivos (Bansal y Roth, 2000: 717-736) y de forma significativa cuando los clientes lo perciben como un mayor valor (Luo y Bhattacharya, 2006:1-14), sin embargo, la motivación de su aplicación, a través de la argumentación económica-racional, se basa en un futuro de incremento de ingresos o reducción de posibles costos futuros, derivados en tres tipologías; sanciones, indemnizaciones y costos por los efectos reputacionales negativos (Pucheta, Muñoz & de la Cuesta, 2010).

Para ello se trabajó desde las siguientes hipótesis:



Figura 3. Hipótesis planteadas para el desarrollo de la investigación.

Este estudio se llevó de febrero a diciembre del 2015; para ello se contactó a 31 empresas e instituciones de diferentes sectores de actividad radicadas en el cantón Quevedo todo esto con el objetivo de encontrar una muestra lo suficientemente representativa a nivel local, lo cual permitió preparar el constructo teórico fundamentado en el contexto actual y la optimización de la encuesta. Las empresas contactadas en función de su origen fueron:

Tabla I
Muestras de Empresas por Actividad

GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4
SERVICIOS	INVESTIGACION	COMERCIAL	AGRICOLA
1. Transportes TIA	1. INIAP	1. Almacenes TIA	1. La Casa del Cacao
2. BanEcuador		2. Casa Ferrería FONG	2. MANOBANDA Group
3. banco del Pichincha		3. CONGAS	3. REYBANPAC
4. TEVCOL		4. Grupo ROSADO	4. Agrícola CHONG-QUI
5. CONECEL-CLARO			5. AGRO-AEREO
			6. AGRIPAC-AGRISEN
			7. ECUAQUIMICA
GRUPO 5	GRUPO 6	GRUPO 7	GRUPO 8
MANUFACTURA	SALUD	EDUCACION	SECTOR ELECTRICO
1. TROPIFRUTA S.A.	1. Hospital SAGRADO CORAZON DE JESUS	1. UTEQ	1. HidroLitoral - Quevedo
2. LA ORIENTAL S.A.	2. IESS-Quevedo	2. UTB (Extensión Quevedo)	
3. PLANTABAL S.A.		3. Colegio Nacional "NICOLAS INFANTE DIAZ"	
4. QUEVEPALMA S.A.		4. Colegio Nacional "QUEVEDO"	
		5. Unidad Educativa Particular "BENJAMIN FRANKLIN"	
		6. Unidad Educativa "ABDON CALDERON" UEPAC	
		7. Unidad Educativa Particular "THOMAS JEFFERSON"	

El procedimiento realizado para la recogida de información, fue a través de una primera introspección con una entrevista para conocer las diferentes opiniones sobre la implantación de la RSE y posteriormente en la elaboración de un cuestionario, realizando una prueba piloto para verificar si las preguntas correspondían con la información que se deseaba para el estudio.

El cuestionario en mención estuvo dividido en siete secciones (uno por cada Eje), y en cada una de ellas una serie de indicadores. Los indicadores estaban conformados a su vez por sub indicadores que se plantearon como afirmaciones respecto a las acciones y políticas implementadas por la empresa. Para cada afirmación se consideró tres alternativas posibles de respuesta, mismas que señalaban la que mejor describía la acción de la empresa en estudio, los puntos asignados como escala de medición por prioridad variaron de 0 a 2.

Las hipótesis se respondieron en base a la creación de factores específicos con del grupo de sub factores;

Factor: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo;

Complejidad; Transformando los ítems en escalas definidas por sub factores. Estas cuestiones se han utilizado como Índice de Intensidad Administrativa:

Compromisos éticos.

- Cultura Organizacional.
- Gobierno Corporativo.
- Relaciones con la competencia.
- Balance Social.

Factor: Proveedores

Formalización; se creó una escala para observar el nivel de formalización.

- Criterios de selección y evaluación de proveedores.
- Relación con las cadenas de proveedores.

Factor: Público Interno

Capital relacional; se ha considerado para verificar el grado de fiabilidad de las respuestas

- Salud, Seguridad y condiciones laborales.
- Valoración a la diversidad.

La responsabilidad social empresarial analizada desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo

- Compromiso con el desarrollo empresarial.
- Gestión participativa.
- Relaciones con sindicatos.
- Políticas de remuneración y beneficios.
- Clima laboral.
- Comportamiento en los despidos.
- Plan de retiro.
- Relaciones con colaboradores tercerizados.

Factor: Medioambiente

Capital intangible;

- El medio ambiente como compromiso empresarial.
- Prácticas de cuidado del Medio Ambiente.
- Impacto Medioambiental.

- Sustentabilidad de la Economía Forestal.
- Minimización de residuos.

Factor: Consumidores/Clientes

Capital estructural-relacional;

Consideraciones de la opinión del cliente.

- Procesos de Reclamaciones.
- Marketing y comunicación.
- Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

III. RESULTADOS

La utilización de la metodología se fundamenta en considerar que, dadas las investigaciones exploratorias anteriores sobre las dinámicas y realidades del comportamiento y la estructuración de las empresas de Quevedo, hace pertinente plantearse esta investigación a partir de una lógica documental, descriptiva y de campo.

Cabe recalcar que entre los sectores destacan el grupo 4 Agrícolas. El tamaño de las empresas estudiadas es de 28% pyme y 72% grandes empresas. La forma jurídica más frecuente que se representa es la Sociedad Anónima (68%), seguida de empresas estatales y unipersonales (32%), con la idea de que todas las dimensiones empresariales estén representadas.

El estudio se desarrolló tras la revisión teórica y la obtención de las principales fundamentaciones sobre los rasgos que han de tipificar el comportamiento empresarial. En este interés con el objetivo de validar las hipótesis planteadas, se asumen dos variables generales:

- Estructura organizativa, según la complejidad, centralización y formalización de la organización, el tipo de estructura y los cambios organizativos.
- Capital intangible, formada por Capital humano, Capital estructural y Capital relacional, según Bueno Campos, Salmador y otros (2000:55-66).

Se realizó una encuesta, siguiendo las necesidades de información planteadas por las hipótesis, la literatura y las indicaciones de los responsables de las empresas e instituciones entrevistadas en el estudio de casos, y se llevó

a cabo la prueba para mejorarla.

Se precisó tomar en consideración que con este diagnóstico se pretende en definitiva tener:

Políticas y prácticas vinculadas a la relación con los actores sociales clave, valores, cumplimiento de requerimientos legales y respeto hacia las personas, comunidades y el ambiente en la ciudad de Quevedo.

El compromiso del empresario quevedeño para contribuir con el desarrollo sustentable.

Figura 4. Fines a alcanzar con la Responsabilidad Social Empresarial

Considerando que 2 es el puntaje máximo, se estableció una escala del 1 al 5 para calificar y extrapolar los datos suponiendo que el curso de los acontecimientos continuará en el futuro, con el estado del desempeño en RSE; por lo tanto:

Tabla 2
Escala para calificar

0,40	1
0,80	2
1,20	3
1,60	4
2,00	5

De los resultados del estudio se afirma como axioma que en promedio el total de las empresas se encontraron en el rango hasta 0,80 es decir que las empresas e instituciones inmersas en el estudio tienen grandes oportunidades de mejorar, pues aún no poseen una gestión orientada a la Responsabilidad Social Empresarial.

Adicionalmente, se pudo identificar que el tema de RSE en las empresas e instituciones del cantón Quevedo, de algún modo conexas, depende de la poca valoración directiva del tema y del desconocimiento, asistematicidad o falta de aplicación de la planeación estratégica en las empresas. Se ha observado que no cuentan con una planeación estratégica documentada, pero cuentan con objetivos y metas que cumplen en el día a día y su propósito es mantenerse en el tiempo.

Ventajas:

De los resultados obtenidos se considera que si cualquier empresa de la localidad llega a implementar en su planificación estratégica corporativa prácticas de RSE, se despliega una relación disímil con los grupos de interés, el beneficio es generar una mejor correlación así como incrementar la credibilidad de la empresa, ya que genera una imagen empresarial diferente. Por otro lado la estructura organizativa se orienta a la RSE, se crea empleo, se desarrolla habilidades, existe un impacto económico local y un enfoque a la inversión social.

Se desarrollarían actividades empresariales basadas en el respeto y cuidado del medio ambiente, la transparencia en las gestiones, trato justo y equitativo con las personas y recursos, se empieza a forjar hábitos en los stakeholders, se modifica la cultura de consumo en el mercado local, se orienta sus decisiones a la RSE.

Una ventaja que se pudo percibir es que se empieza a valorar al recurso humano de una manera diferente, se

mejora el trato a los funcionarios y sus prácticas laborales, permite generar una cultura de conocimiento en las empresas por el lado de fomentar la capacitación.

Por el lado de la comunidad existen varias ventajas, como es el hecho de desarrollar sectores determinados, por ejemplo el rol femenino y su participación en la fuerza laboral en todos los niveles de las empresas.

Empezarían a trabajar en función de las RSE y que la cadena de valor porque la producción se vuelve más responsable, por consiguiente se inicia con un mejor manejo de los recursos de la empresa, tanto financieros, humanos como de infraestructura y tecnología, que en largo plazo generarían una optimización de procesos en pro de una rentabilidad basada en prácticas más responsables.

Se promoverán valores como el respeto, la puntualidad de cumplimiento, la honestidad, equidad, entre otros a nivel personal y estos ayudarán en la evolución de las empresas con la creatividad, innovación, competitividad, productividad y el emprendimiento, al juntar estos factores obviamente se va a obtener una mejora en los procesos internos.

Desventajas:

También hay desventajas que se han detectado ya que la mayoría de las empresas de Quevedo, no cuentan con un plan estratégico definido o documentado y no llegan a tener un mejor direccionamiento con estrategias claras orientar a todos los grupos de interés.

Sobre el tema de RSE las empresas de Quevedo no cuentan con capacitación y preparación sobre el tema, la mayoría de empresarios tienen desconocimiento, poseen información nimia, limitándolos a experimentar su aplicación en sus empresas.

De igual manera resulta complicada la unificación de la RSE con el mercado local, porque el medio del consumidor no posee una cultura desarrollada en esta materia, la mayoría de los consumidores, busca aparte de un producto “socialmente responsable”, el elemento diferenciador que es el precio.

Finalmente, el problema más álgido gira en torno a la falta de recursos por parte de las empresas para efectuar cambios de modo transversal de RSE, para poder efectuar una inversión de este tipo, es obligatorio que tanto el gobierno local y nacional intervengan, brinde apoyo tanto en capacitación como en el asesoramiento del tema.

IV. CONCLUSIONES

De acuerdo a las hipótesis planteadas se puede deducir que no se cumple la RSE en las empresas de Quevedo ya que al ser aplicadas como parte de las estrategias empresariales no han podido desarrollar lineamientos corporativos de diferenciación, competitividad y productividad, se ha podido determinar que estas no cuentan con una alineación de RSE a una estructura

organizativa, en si la mayoría de las empresas del estudio no poseen por escrito una planeación estratégica dentro de la organización, sus metas y objetivos no están definidas como proceso explícito de RSE.

Las empresas en estudio si desean una adaptabilidad de la RSE, dependiendo eso sí de la forma y modelo de ejecución, ajustándolas a sus necesidades y requerimientos, su tendencia no es hacia la estandarización de los procesos ajustándolos a un modelo específico de RSE sino más bien la libre decisión, adoptando la RSE de acuerdo a sus posibilidades e iniciativa.

En unanimidad coinciden que con la aplicación de la RSE las empresas de Quevedo pueden generar mejores oportunidades para su crecimiento y diferenciación, coinciden en que si se sabe aprovechar pueden sacar beneficios y factores positivos para efectos de planificar de mejor manera la gobernanza de la organización.

El análisis determina también que la RSE en la estructura organizativa de las empresas quevedeñas aportarían con beneficios, incrementando la generación de empleo, mejores prácticas laborales, desarrollo de habilidades, negocios éticos, diferenciación frente a la competencia, mismas que se transformarían en ventajas competitivas.

Lamentablemente el sector productivo de Quevedo no presta las facilidades y no es el momento propicio para aplicar la RSE ya que no existe una cultura y conciencia ciudadana, de hecho, al ser de libre elección y voluntaria y, a la vez motivada por una decisión unilateral del poder central de la administración, ésta la enfoca como necesaria por los beneficios que generarían en el entorno.

Hay una divergencia de criterios en lo que es en realidad la RSE, confundiéndola con prácticas laborales obligatorias en la parte salarial y remunerativa, la confunden también como caridad hacia la colectividad. Se ha generado un alto grado de desconocimiento y confusión de la aplicación de la RSE por lo cual es necesario crear primero una cultura en el medio para que entiendan de mejor manera las bondades y valía de actividades en reciprocidad con los grupos de interés.

REFERENCIAS

- [1] Argandoña, A. (2006) “La ética en la economía de las organizaciones: ¿es posible una integración efectiva?, Actas del 14 th Internacional Symposium on Ethics, Business and Society: Towards a Comprehensive Integration of Ethics into Management: Problem and Prospects. Barcelona.
- [2] Bansal, P Y Roth, K. (2000), “Why companies go green: A model of ecological responsiveness”, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, N° 4, pp. 717-736
- [3] Bueno Campos, E., Salvador, M: P. Y Otros (2000). *Perspectivas sobre Dirección del Conocimiento y Capital Intelectual*. Instituto Universitario Euroforum. Madrid
- [4] García González, A. (2007); “Estructura organizativa de la empresa española ante el reto medioambiental”. XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Vol. 1, 2007 (Ponencias), pág. 31.

La responsabilidad social empresarial analizada desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo

- [5] Kotler, P. y Roberto, E.L. (2006) Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública. Editorial Félix Varela La Habana
- [6] Luo, W Y Bhattacharya, C.B. (2006): “Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction and Market Value”, Journal of Marketing, vol. 70, núm.4; pp.114
- [7] Pucheta Martínez, M.C.; Muñoz Torres, M.J.; De la Cuesta González, M. (2010). Información y comunicación de la RSC. Oleiros, La Coruña: Netbiblo, S.
- [8] Ramos González, M. (2007): “La humanización de las organizaciones en el siglo XXI”. Anuario Jurídico y Económico Escorialense, XL (2007) 449-458 / ISSN:11333677
- [9] Redondo, H., (2005b): RSC. Implicaciones para la empresa y el trabajo del auditor, nombre el análisis de la situación de las empresas españolas con el buen gobierno. Deloitte-Esade, enero 2005 .http://www.auditors-censors.com/pfw_files/cma/doc/eventos/XV%20FAP/T4%20Helena%20Redondo.pdf
- [10] Redondo, H., (2006): El compromiso social de las empresas con las ciudades. Deloitte mayo 2006.