

Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba

Diego, Barba-Bayas¹

Resumen

Este artículo interpreta técnica y objetivamente la percepción de los propietarios, gerentes y técnicos de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, en perspectiva de su aplicación en las empresas locales. Para ello se señalan conceptos relevantes y se caracteriza la muestra a la cual se aplicó un amplio cuestionario de Acción Empresarial (Chile), de cuyos resultados denotan un perfil de la percepción empresarial sobre la RSE. El artículo en sus conclusiones sugiere desde la academia el desarrollo de programas al respecto. Es importante señalar que no hay investigaciones en Ecuador, por ello en este trabajo se puede conocer hasta qué punto las empresas están familiarizadas, sin saberlo, con dimensiones, subdimensiones e indicadores para alcanzar el triple resultado: social, económico y ambiental.

Palabras Clave: Empresa, Responsabilidad Social, Stakeholders.

Corporate Social Responsibility: Case Studies in Riobamba

Abstract

This article is a technical and objective interpretation of perceptions amongst owners, managers and technicians about corporate social responsibility (CSR), in terms of its application in local businesses. Relevant concepts are explored and details are given of the characteristics sample which was selected to respond to a wide-reaching questionnaire regarding Business Action (Chile). The results denote a defined perception amongst businesspeople about CSR. The conclusions suggest the development of programs from the academic sphere. It is important to note that there is no research in Ecuador, therefore through this work it is possible to determine to what degree companies are unknowingly familiar, using dimensions, sub-dimensions and indicators to address the three spheres: social, economic and environmental.

Keywords: Enterprise, Social Responsibility, Stakeholders

Recibido: 19 de marzo de 2014

Aceptado: 31 de agosto de 2015

¹Ingeniero de Empresas, Magister en Gerencia en Proyectos de Ecoturismo. Docente-Investigador de RSE y Gerencia de Empresas Cooperativas de la Escuela de Ingeniería de Empresas-FADE, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, ESPOCH, Ecuador. Coordinador de Rediseño de la Carrera de Administración de Empresas. Coordinador Área Profesionalización y de Comisión de Carrera, Revisor Artículos Científicos Revista UNEMI. diegoramirobarbabayas@yahoo.com

I. INTRODUCCIÓN

Según un estudio desarrollado por Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social Empresarial, CERES, “8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSE. En este mismo estudio en Quito, se asocia a la RSE (es igual RSC) con acciones y compromisos de las empresas con el medio ambiente o el entorno comunitario y en Guayaquil con programas de ayuda a damnificados”. (Viteri Moya, 2007) [1]. Ante esta realidad, que no ha tenido mayor variación, el presente artículo representa un avance de los resultados del estudio de 12 casos de empresas locales a las cuales se les aplicó un diagnóstico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) efectuado con el apoyo de campo de los octavos semestres 1 y 2 (semestre Marzo-Agosto del 2014) de Ingeniería de Empresas (ESPOCH).

El supuesto de la investigación plantea que las empresas locales están relacionadas con un 50% de aplicación de los temas fundamentales de dicho modelo de gestión, las cuales surgen de manera no técnica, ni sistematizada y sin saber que aquello guarda relación con la lógica del tema que de hacerlo las puede catapultar a ser empresas socialmente responsables. Esta contribución es única en este medio, en virtud que no hay evidencias de otra investigación local al respecto o de su aplicación como parte del sistema de gestión de las empresas, exceptuando un caso encontrado que accedió a ser analizado y otro que no dio información, señalando que los datos solicitados caen el ámbito del “secreto empresarial”, lo cual evita la divulgación de una experiencia que puede ser también considerada como un caso de estudio.

II. DESARROLLO

1. Marco Referencial

Para posibilitar de mejor manera la lectura de esta realidad, se establecen a continuación algunas referencias teóricas que son básicas y a la vez necesarias:

Garriga y Melé, autores citados en el “Estudio de la Responsabilidad Social de la Empresas en el Ecuador” por Torresano (2012), señalan que las teorías y enfoques de la RSE, presentan diversas dimensiones coherentes con los beneficios, actuación política, demandas sociales y los valores éticos, para ello construyen cuatro grupos teóricos de análisis que se representan en la siguiente matriz (Tabla 1).

Además, la construcción de una nueva sociedad desde la visión transparente de los negocios y dependiendo de los contextos donde se desarrolla la actividad empresarial, sugieren diferentes concepciones sobre la RSE, cuando se propone que la “La Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía libremente escogida y convertida en proceso de gestión estratégico que se sustenta en el liderazgo ético de los miembros de la entidad y que busca, sobrepasar las exigencias legales y las expectativas de cada grupo de interés, contribuyendo al desarrollo sostenible, el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y la competitividad de la empresa” (Franco, 2012) [3].

Cada organización debe ser capaz de desarrollar su definición de RSE, sobre la plataforma de la cultura organizacional y valores que guían su cotidianidad, en virtud de lo cual, el Instituto ETHOS de Brasil fundado en 1998, señala que la RSE “es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el

Tabla 1. Teorías de la RSE

| TEORÍAS INSTRUMENTALISTAS | TEORÍAS POLÍTICAS | TEORÍAS INTEGRADORAS | TEORÍAS ÉTICAS |
|--|--|---|---|
| La RSE vista como instrumento para la creación de riqueza donde las actividades sociales son un medio para alcanzar su resultados económicos | Refieren el poder de las empresas en la sociedad frente al ejercicio responsable de dicho poder en el entorno político | La empresa se incluye en su acción, la captación, identificación y respuesta a las demandas de sus grupos de interés. | Originadas en las responsabilidades éticas de la empresa para con la sociedad. La aplicación de principios éticos sabe que debe y que no debe hacer para ayudar a construir una mejor sociedad. |
| SE INCLUYEN TEMAS COMO: | | | |
| -Maximización del valor para el accionista. -Inversiones sociales en el contexto competitivo (estrategias). - Marketing con causa. | Constitucionalismo corporativo, hace que la empresa ejerza un poder responsable. -Contrato Social Integrador. -Ciudadanía corporativa. | -Gestión de asuntos sociales. -Responsabilidad Pública -Gestión de stakeholders. -Acción social corporativa con legitimidad social y procesos traducidos en respuestas a los problemas sociales. | -Teoría normativa de Grupos de interés. -Derechos universales -Desarrollo sostenible. -Visión del Bien común. |

Fuente: Estudio de la Responsabilidad Social de la Empresas en el Ecuador, Torresano (2012: 10,11) [2].

establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales". (Consultores RSE, 2009) [4].

Peter Drucker referido por Guzmán (2006) es más concreto aún, cuando define que la Responsabilidad Social Empresarial *"es la habilidad que ha de tener la empresa para convertir los problemas sociales en oportunidades para la organización, siempre que tal responsabilidad sea consistente para su competencia"* responsable en el entorno donde ejerce su influencia. [5].

La ISO 26000 de la RSE, señala que la RSE es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, *"a través de un comportamiento transparente y ético que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, que tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones"*. (EXPOK, 2012) [6].

El Libro Verde de la Comisión Europea define la RSE como *"... un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio", para lo cual durante la última década..." un número creciente de empresas europeas reconoce cada vez más claramente su responsabilidad social y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los interlocutores de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.*" [7], hecho aún lejano en nuestro medio.

Esta definición aclara además que la RSE es una forma de actuar que adoptan las empresas voluntariamente, más allá de sus obligaciones jurídicas, por considerar que redundará a largo plazo en su propio interés y vinculada al concepto de desarrollo sostenible donde las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales. *"El concepto actual de responsabilidad social pone énfasis en el intento de gestionar dicha responsabilidad de manera estratégica y dotarse con los instrumentos adecuados para ello. Se trata de un enfoque de negocio que sitúa las expectativas de las partes interesadas y el principio de perfeccionamiento e innovación continuos en el núcleo de la estrategia empresarial"* [7], que no puede ampliarse solo a las acciones operativas de la empresa porque afecta a toda su gestión estratégica.

En la cultura empresarial ecuatoriana aún se confunde el concepto de RSC con filantropía asociada al paternalismo y asistencialismo identificado como una acción exclusiva de

gente que tiene mucho dinero y en el caso de las empresas como una acción de marketing que desde luego genera réditos, criterio que irá cambiando progresivamente en la práctica.

2. Áreas Temáticas, Subdimensiones e indicadores

A fin de aterrizar el concepto en la realidad, en la Tabla 2, se desagregan los contenidos éticos, políticos, sociales y ambientales, relacionados con las áreas temáticas de la RSE, expresados en las subdimensiones e indicadores, que a través del diagnóstico serán validados con la información que al respecto proporcione la empresa y con ello nos acercaremos a describir un perfil del tema en nuestro medio:

3. Metodología

3.1 Herramienta de análisis utilizada

La Tabla 2 describe de manera general el contenido de la herramienta que será aplicada para generar el Diagnóstico y con ello interpretar desde la propia percepción empresarial, cuan propicio es el escenario para la implementación en las empresas que lo adopten voluntariamente como parte de su sistema de gestión. La herramienta de diagnóstico utilizada fue desarrollada por Acción Empresarial de Chile, en coordinación con la Universidad Católica y algunas organizaciones como ETHOS de Brasil, que expresan su contenido en el documento denominado "Indicadores Acción Empresarial" (Acción Empresarial y Universidad Católica de Chile, 2001) [12], que se adaptó entre otras porque es "amigable" con el acceso de información tanto de los propietarios, gerentes y personal técnico de las empresas investigadas.

La herramienta de diagnóstico aplicada, contiene: 5 ejes temáticos, 28 subdimensiones y 228 indicadores que son valorados en la escala de 1 a 6 (1. Muy en desacuerdo, 2 Desacuerdo moderado, 3 Leve desacuerdo, 4 Leve acuerdo, 5 Acuerdo Moderado, 6 Muy de Acuerdo y una opción de no se aplica) relacionados con las subdimensiones de la RSE de la herramienta de Acción Empresarial.

3.2 Caracterización de la muestra

Las empresas

La presente investigación se basa en el estudio de 12 casos de empresas identificadas para efectos de este trabajo con un código de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme CIIU referenciado de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas del Instituto Nacional de Estadística y Censos -INEN (CIIU4.0) [13].

Son empresas reconocidas por su posicionamiento en el mercado regional y nacional por la generación de empleo, representatividad, productos y servicios y además se alternan en esta investigación con empresas micro y pequeñas que si generan una idea concreta de la percepción de la RSE a nivel

Tabla 2. Áreas temáticas y subdimensiones de la RSE

| TEMAS | DESCRIPCIÓN | SUBDIMENSIONES DEL ESTUDIO [12] | |
|-----------------------------|--|--|--|
| | | SUBDIMENSIÓN | Nº. Indicadores |
| ETICA EMPRESARIAL | La ética empresarial se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus políticas, prácticas y en la toma de decisión de la empresa. Adicionalmente, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas. [8]. La ética empresarial se trasforma en un tema que es transversal a todos los aquí referenciados. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de Principios Éticos 2. Difusión de principios éticos en la empresa. 3. Práctica de los principios éticos con la Competencia. 4. Práctica de los principios éticos con Proveedores. 5. Práctica de los principios éticos con Personal Subcontratado 6. Práctica de los principios éticos con el Gobierno | <p>14 7</p> <p>5</p> <p>9</p> <p>4</p> <p>8</p> |
| CALIDAD DE VIDA LABORAL | La calidad de vida laboral generalmente se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-familia, horarios flexibles, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado de sus dependientes y beneficios domésticos. [9]. Las empresas que son Socialmente responsables, desarrollan acciones creativas e innovadoras que procuran enriquecer la relación empresa-familia, porque cunado invierten en mejora continua de su talento humano en este y otros temas, que ayudan a mejorar la productividad y satisfacción laboral. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Valoración y respeto a la diversidad. 2. Participación de los empleados en la gestión de la empresa. 3. Relación con grupos de trabajadores y sindicatos. 4. Distribución de beneficios de la empresa. 5. Desarrollo Profesional y empleabilidad. 6. Cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo. 7. Jubilación y Despidos. | <p>16</p> <p>4</p> <p>6</p> <p>4</p> <p>11</p> <p>12</p> <p>10</p> |
| MARKETING RESPONSABLE | El espectro de temas relacionados con el marketing responsable se ha expandido en los últimos años hacia una amplia gama de tópicos que incluyen la responsabilidad medioambiental, la relación de la empresa con sus competidores, y hacia temas algo más filosóficos como el consumo de su propia naturaleza. [10]. Por ello las empresas que son socialmente responsables, buscan no solo afirmar su identidad sino también su imagen en el mercado, motivando además el consumo responsable. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnóstico y solución de daños potenciales de sus productos y servicios. 2. Política de marketing y comunicación. 3. Técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor. 4. Excelencia en la atención del consumidor. | <p>11</p> <p>12</p> <p>7</p> <p>9</p> |
| COMPROMISO CON LA COMUNIDAD | Esta área se refiere al rango de acciones tomadas por la empresa para mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, apoyando iniciativas o causas con enfoque social... estos programas se diseñan y ejecutan estratégica y programadamente, no tan sólo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además se refuerza la reputación de las empresas y sus marcas, productos y valores en las comunidades locales y en el resto del mundo donde tienen intereses comerciales significativos [11]. Empresas ecuatorianas desarrollan proyectos muy interesantes en la comunidad en lo referente a educación, salud, asistencia técnica, capacitación, con ello ayudan a contralar o en su defecto a disminuir las tensiones que se pueden dar con la comunidad, cuando ésta se ve afectada por la actividad empresarial, tanto en su medio ambiente como en su calidad de vida. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión del impacto de las actividades de la empresa con la comunidad. 2. Relaciones con organizaciones comunitarias presentes en su entorno (ONG´s, colegios, salud, etc.) 3. Mecanismos de apoyo a proyectos sociales. 4. Estrategias y criterios de acción en inversiones sociales. 5. Apoyo al trabajo voluntario del personal. 6. Liderazgo e influencia social. 7. Participación en proyectos sociales del Gobierno | <p>9</p> <p>8</p> <p>7</p> <p>9</p> <p>7</p> <p>5</p> <p>6</p> |
| MEDIO AMBIENTE | Relacionado con los posibles impactos que la actividad empresarial pueda causar tanto al medio ambiente natural como al medio ambiente construido. La actividad ambientalmente responsable, implica la aplicación de las normas ambientales vigentes en el país así como las internacionales como la ISO 14.000. Proyecta para ello también procesos de educación, prevención y remediación. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El Impacto en el medio ambiente 2. Responsabilidad Ambiental. 3. Cuidados e incorporación de insumos y tratamiento de desechos. 4. Educación ambiental. | <p>9</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>5</p> |
| 5 | | 28 | 228 |

Fuente: Varias Páginas Web referenciadas [8], [9], [10], [11]

Tabla 3. Años de funcionamiento de las empresas

| EMPRESA-CIIU | | ACTIVIDAD/PRODUCTOS | AÑO DE FUNDACIÓN | AÑOS DE FUNCIONAMIENTO |
|--------------|----------|---|------------------|------------------------|
| 1 | K6419 | Intermediación Financiera | 2009 | 5 |
| 2 | K6419 | Intermediación Financiera | 1978 | 36 |
| 3 | C1410.05 | Gorras e implementos deportivos | 1973 | 41 |
| 4 | C3230 | Balones de futbol e Indor Futbol | 2005 | 9 |
| 5 | C2395 | Curtiembre, Artículos de Cuero | 1989 | 25 |
| 6 | C1420.01 | Carrocerías metálicas | 1994 | 20 |
| 7 | C2920 | Pan, panecillos y Pastelería | 2006 | 8 |
| 8 | C1071 | Hormigón Premezclado | 2008 | 6 |
| 9 | C2395 | Laminas e fibrocemento, planchas polipropileno, tejas de hormigón | 1980 | 34 |
| 10 | C2395 | Producción y venta de insumos agrícolas | 2010 | 4 |
| 11 | C2391.01 | Venta de insumos agrícolas | 1989 | 25 |
| 12 | 4664* | Comercialización de madera triplex, aglomerados, MDF | 1998 | 16 |
| PROMEDIO | | | | 19 |

Fuente: Varias Páginas Web referenciadas [8], [9], [10], [11]

local por la actividad productiva que realizan, en virtud de que este sistema de gestión no es exclusivo de las medianas o grandes empresas (Tabla 3). De las empresas señaladas, ocho son empresas manufactureras y cuatro de servicios, de éstas últimas dos son cooperativas de ahorro y crédito de los segmentos 5 y 2 respectivamente según la clasificación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria para estos casos. En conjunto la muestra representa un promedio de 19 años de funcionamiento.

Generación de empleo y participación por género

En la Tabla 4, se detalla que las 12 empresas generan 555 puestos de trabajo directos, 69,7% para hombres y el 32,1% para mujeres.

El 29,4% del total de generación de empleo corresponde a la empresa C2395, el 22,7% a la empresa 2- C6419. La empresa más pequeña participa del 1,8% del empleo, esta es la C4664. La mayor participación de mujeres corresponde por las empresas C1410.05 con el 82,6% de su nómina, seguida por las empresas C2920 con el 75% y C3220 con el 67,5%. La empresa C2395 es la que más participación de hombres tiene en su nómina, esto es el 90,25%, C1420.01 el 83,5% y la (1) C6419 el 70,6%. Desde esta conformación se va configurando una percepción interesante del tema de RSE en cada empresa con respecto a la equidad de género.

4. Resultados

Las empresas 1. K6419 y 2. K6419, tienen una práctica importante en los temas de la RSE, sin querer decir con ello

Tabla 4. Generación de Empleo.

| EMPRESAS. CIUU | | TOTAL GENERAL | | | |
|----------------|----------|---------------|---------------|-------|------|
| | | TOTAL HOMBRES | TOTAL MUJERES | TOTAL | % |
| 1 | K6419 | 12 | 5 | 17 | 3,1 |
| 2 | K6419 | 67 | 59 | 126 | 22,7 |
| 3 | C1410.05 | 4 | 19 | 23 | 4,1 |
| 4 | C3230 | 13 | 27 | 40 | 7,2 |
| 5 | C2395 | 8 | 5 | 13 | 2,3 |
| 6 | C1420.01 | 66 | 13 | 79 | 14,2 |
| 7 | C2920 | 4 | 12 | 16 | 2,9 |
| 8 | C1071 | 11 | 4 | 15 | 2,7 |
| 9 | C2395 | 147 | 16 | 163 | 29,4 |
| 10 | C2395 | 13 | 10 | 23 | 4,1 |
| 11 | C2391.01 | 24 | 6 | 30 | 5,4 |
| 12 | 4664* | 8 | 2 | 10 | 1,8 |
| PROMEDIO | | 377 | 178 | 555 | 100 |

que aplican la RSE como parte de su sistema de gestión, sino por las acciones que a diario desarrollan y encajan con algunas de las subdimensiones e indicadores sugeridos por la herramienta aplicada. Las empresas 5. C2395, 6. C1420.01, 7. C2920 y 12. 4664 cuyo promedio general está por debajo del conjunto de los parámetros evaluados (Tabla 5), son más indiferentes al tema.

Tabla 5. Promedio alcanzado en cada tema estratégico de la RSE

| EJES FUNDAMENTALES | | EMPRESAS | | | | | | | | | | | | VALORES ALCANZADOS | | |
|--------------------|-----------------------------|----------|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|----------|----------|-----------|--------------|-----------|--------------------|-----------------|------------------|
| | | 1. K6419 | 2. K6419 | 3. C1410.05 | 4. C3230 | 5. C2395 | 6. C1420.01 | 7. C2920 | 8. C1071 | 9. C2395 | 10. C2395 | 11. C2391.01 | 12. 4664* | PROM. POR TEMA (1) | VALOR IDEAL (2) | DIFERENCIA (2-1) |
| 1 | ÉTICA EMPRESARIAL | 4,6 | 4,8 | 2,3 | 3,4 | 1,6 | 1,9 | 2,9 | 3,4 | 3,7 | 3,8 | 2,1 | 2,6 | 3,1 | 6 | 2,9 |
| 2 | CALIDAD DE VIDA LABORAL | 3,6 | 4,3 | 2,9 | 2,5 | 2,2 | 1,9 | 3,4 | 2,7 | 3,4 | 3 | 2,2 | 3 | 2,9 | 6 | 3,1 |
| 3 | MEDIO AMBIENTE | 5,9 | 5,3 | 3,5 | 2,5 | 3,5 | 1 | 1 | 3,9 | 4,9 | 1,8 | 2,7 | 1,8 | 3,2 | 6 | 2,9 |
| 4 | COMPROMISO CON LA COMUNIDAD | 3,7 | 3,6 | 2,5 | 1,5 | 0,5 | 1,9 | 3,9 | 2,1 | 1,7 | 2,2 | 1 | 2,2 | 2,2 | 6 | 3,8 |
| 5 | MARKETING RESPONSABLE | 4,9 | 4,9 | 2,6 | 4 | 0 | 2,5 | 4,5 | 3,9 | 4,9 | 3,8 | 3,4 | 3,8 | 3,6 | 6 | 2,4 |
| PROMEDIO EMPRESA | | 4,5 | 4,6 | 2,8 | 2,8 | 1,6 | 1,8 | 3,1 | 3,2 | 3,7 | 2,9 | 2,3 | 2,7 | 3,0 | 6 | 3,0 |

Para llegar explicar cómo se llegó a la sistematización de los resultados de la Tabla 5, procederemos a señalar únicamente a través de un eje temático, una Subdimensión con sus indicadores y el cuadro resumen, pues el presente espacio no permite demostrar la totalidad del contenido de la herramienta aplicada a las empresas. Para ello se seleccionó una parte de los resultados que corresponde a uno de los casos de más alta valoración:

Área temática: **Calidad de Vida Laboral**; Subdimensión: **Distribución de los beneficios de la empresa.**

Tabla 6. Subdimensión 2.4 distribución de los beneficios de la empresa

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
|--|---|---|---|---|----|---|----|
| 1. Posee un programa de participación en los resultados, y/o bonificación a nivel individual, relacionada al desempeño | | | | | 5 | | |
| 2. Posee un programa de participación en los resultados y/o bonificación a nivel colectivo, relacionada al desempeño | | | | | 5 | | |
| 3. Se evalúa y premia el desempeño individual y colectivo con criterios y procedimientos objetivos | | | | | | 6 | |
| 4. Los empleados participan en la composición accionaria de la empresa | | | | 4 | | | |
| Promedio 5 | 0 | 0 | 0 | 4 | 10 | 6 | |

Fuente: Empresa C239

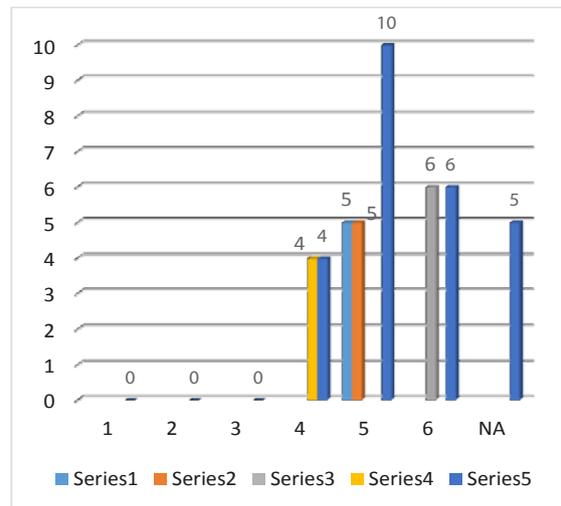


Figura 1. Subdimensión 2.4 Distribución de los beneficios de la empresa

Tabla 7. Resumen del Área Temática Calidad de Vida laboral

| Subdimensiones | Prom. Emp | Ideal |
|---|-----------|-------|
| 1. Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios | 4,4 | 6 |
| 2. Política de marketing y comunicación | 5,5 | 6 |
| 3. Técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidor | 4,3 | 6 |
| 4. Excelencia en la atención al consumidor | 5,3 | 6 |
| PROMEDIO | 4,8 | 6 |

Fuente: Empresa C2395

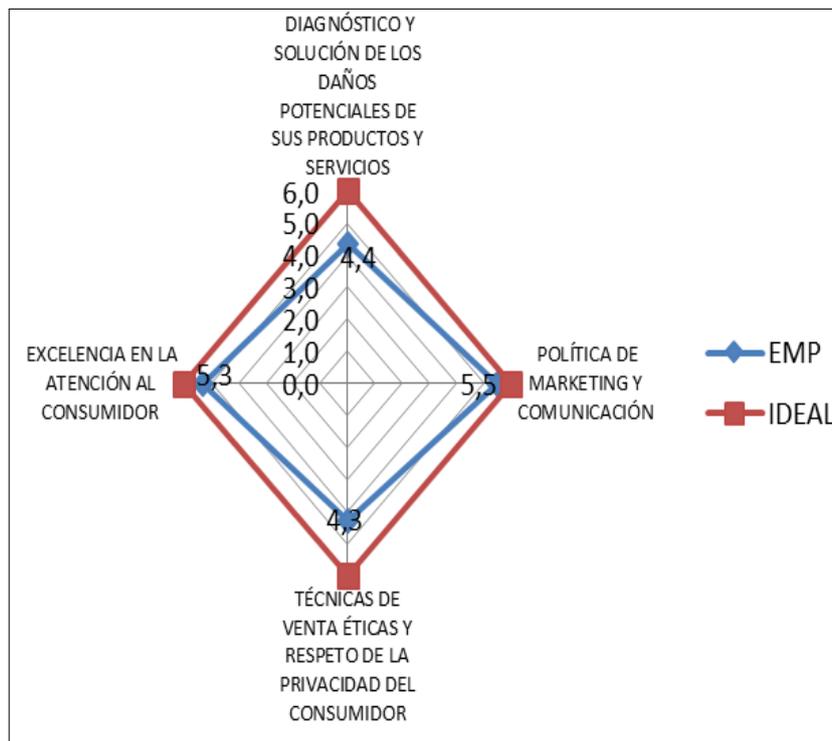


Figura 2. Resumen del Área Temática Calidad de Vida laboral

Este es una parte del procedimiento de tabulación y validación de la información, que debe ser verificada con los distintos soportantes que presenta la empresa.

Continuando con la explicación de resultados, el grupo de empresas alcanzaron el 50% del abordaje de los temas relacionados con las áreas temáticas de la RSE, resultado obtenido de los promedios de los indicadores de cada subdimensión expresados en la Tabla 5, que corresponde a la valoración alcanzada que es 3, (el 50% de 6). Las empresas 1. K6419, 2. K6419 y 9. C2395, se acercan más al puntaje ideal, pero en una sola de ellas (la 9) si se comprobó que la RSE es parte del sistema integral de gestión de dicha empresa, hecho aún lejano en las demás.

El triángulo encerrado por el círculo celeste (Figura 3) presenta la relación del puntaje máximo que una empresa debe alcanzar, cuando aplica como parte de su estrategia de gestión temas de la RSE. Los siguientes círculos (verde 4,5 y 4,6/6) denotan el comportamiento más alto de la evaluación y el círculo tomate (1,6 y 1,8/6) del puntaje más bajo que las empresas alcanzaron en la aplicación de la herramienta. El otro grupo en cambio de bajo el promedio está lejos aplicar en su sistema de gestión la RSE en especial por desconocimiento de cómo este tema le puede generar más beneficios económicos, sociales y ambientales, lo cual se consigue únicamente con la introducción voluntaria del tema a la empresa.

El eje temático con más alto puntaje se refiere al marketing responsable, (Figura 4) lo cual significa que en la promoción de los productos y servicios, las empresas ejecutan una publicidad responsable dirigida a sus grupos de interés, con mensajes respetuosos y que llegan a sus clientes en particular, sin embargo el asunto trasciende la percepción empresarial, únicamente si se repasan cuáles son las subdimensiones e indicadores que determinan el comportamiento empresarial al respecto. El segundo tema importante resaltado en la muestra se refiere a la Ética Empresarial, cuyo resultado es aún bajo en relación al puntaje ideal pese a que es un tema que transversaliza a todas las áreas temáticas analizadas. Calidad de vida laboral alcanzó un promedio de 2,9, es decir la situación laboral no es la más adecuada en nuestro medio, peor aún el compromiso con la comunidad que alcanzó 2,2 promedio, pues aquello es más visto como coyunturales actividades de mecenazgo o filantropía.

En lo referente al medio ambiente, el promedio es de 3,2/ 6, esto es alentador en la medida de que las empresas van tomando conciencia de la importancia del medio ambiente para su actividad, aunque las acciones al respecto son muy intermitentes, pero si cuidan sobre todo evitar contaminar el ambiente, emprenden en reciclajes y de alguna manera el manejo de residuos de todo tipo. (Figura 4).

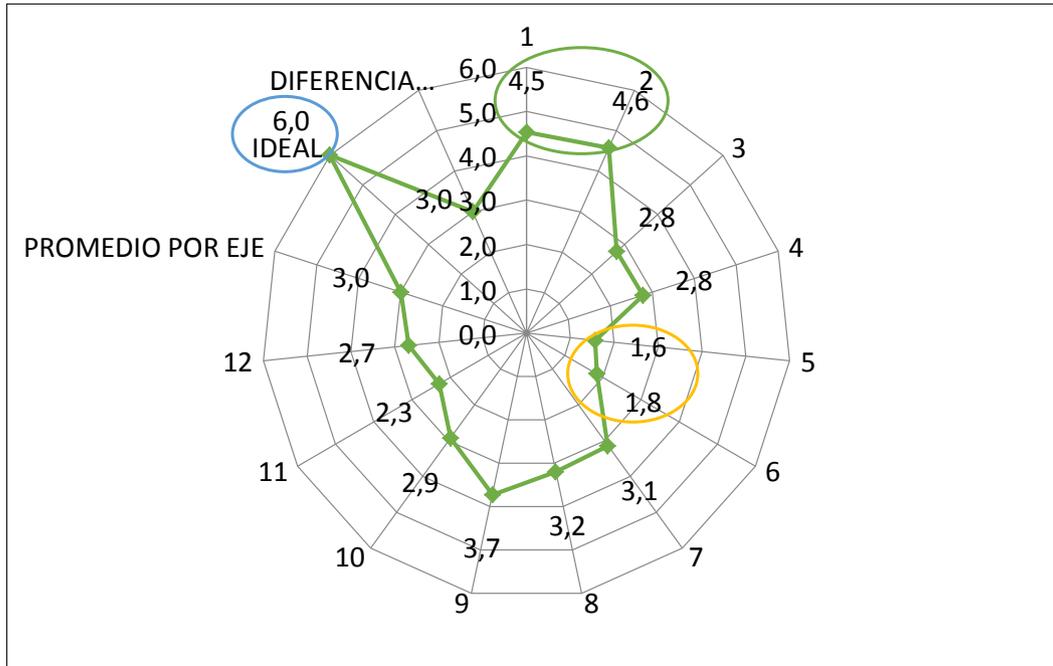


Figura 3. Relación mayor y menor promedio alcanzado.

En resumen, las empresas están aún muy lejos de considerar a la RSE como parte del sistema de gestión visto desde la aplicación de las dimensiones, subdimensiones e indicadores, señaladas en el diagnóstico sin embargo dan cuenta también que sin saberlo tienen importantes indicios para llegar a ser empresas socialmente responsables.

Es importante señalar que tres empresas grandes para nuestro medio, de las cuales dos manifiestan serios problemas de RSE en especial en lo laboral y ambiental, no accedieron a ser evaluadas. Aquello no determinaría mayor incidencia en la percepción del tema descrito en el perfil descrito como resultado de este trabajo.

III. CONCLUSIONES

En esta investigación se evidencia lo siguiente:

- 1 Las empresas no conocen de manera integral que es la RSE, lo cual se acerca a lo que manifiesta la Corporación de Responsabilidad Social Ecuatoriana (CERES) en su interpretación de la realidad del tema en el Ecuador.
- 2 Las empresas en su conjunto bordean el 50% del abordaje de los temas sugeridos en el diagnóstico pero no aplicados en base a un programa de RSE ya que desconocen como aquello se puede realizar.
- 3 Hay empresas en la muestra que se podrían calificar como socialmente irresponsables, pero esa no es la idea, simplemente se trata de encontrar los elementos teóricos y científicos que en el futuro sustenten desde la academia, propuestas de programas de RSE,

- 4 Las empresas se adentren técnica, social, económica y ambientalmente en el tema.
- 4 Las empresas no informan a sus Grupos de Interés los resultados positivos que ejecutan en su beneficio, por el temor que sean consideradas como “mecenases”, obligadas a dar apoyos económicos para proyectos o actividades que requieren de su participación en el entorno.
- 5 Las empresas desconocen el contenido de las leyes o certificaciones de RSE como la ISO 26000 o ambientales como la ISO 14000, que deben ser promovidas su inserción, por las actividades de producción de bienes y servicios que ejecutan.
- 6 Solo en una empresa, se constató que aplica en su sistema de gestión integral áreas temáticas de la RSE, aunque no en su íntegra composición, existe otra en nuestro medio que si tiene un programa al respecto pero no contribuyó con información para esta investigación.
- 7 Dos empresas desarrollan programas ambientales en base a los argumentos técnicos fundamentados en la ISO 14000, en temas como: control de desechos líquidos, sólidos, gaseosos; manejo de otros residuos, medición de la contaminación del aire, entre otros, que van en concordancia con las licencias ambientales del Estado.
- 8 En una sola empresa se constataron programas interesantes de mejoramiento de la calidad de vida laboral, en especial en temas de salud, capacitación,

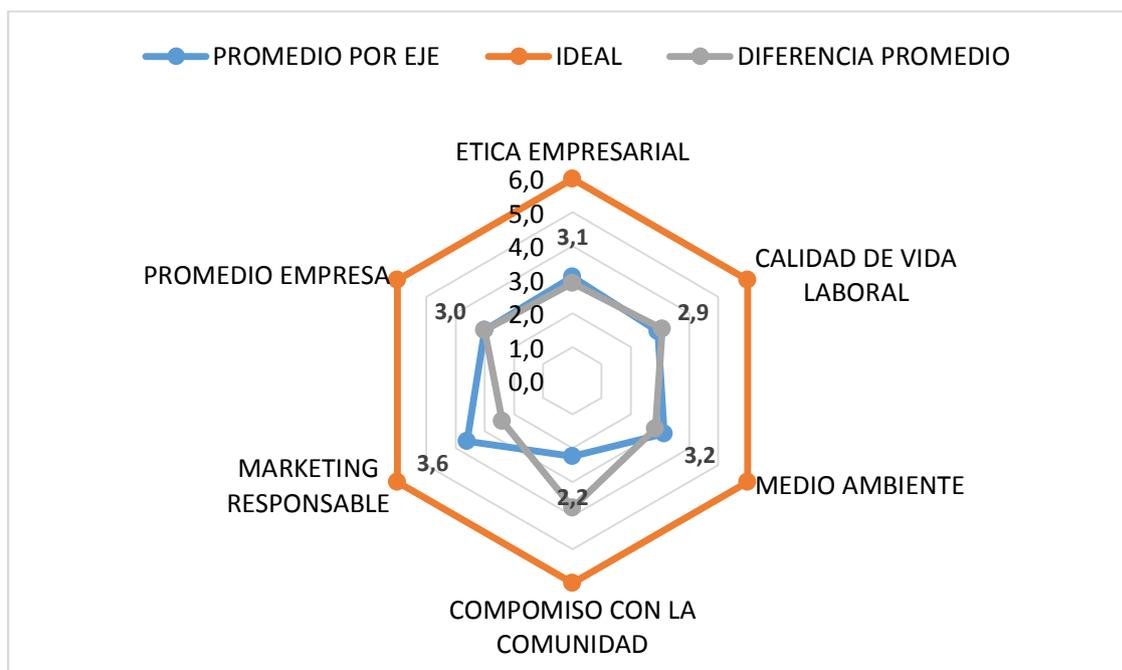


Figura 4. Promedio alcanzado por área.

integración e incentivos salariales, las otras ejecutan sus actividades tradicionales con respecto a la gestión de su talento humano.

VI. REFERENCIAS

[1] Viteri Moya, J. (2012). Responsabilidad Social Empresarial, Facultad de Ciencias de la Ingeniería. Universidad Tecnológica Equinoccial. Av. Occidental y Mariana de Jesús. Quito, Ecuador. jviteri@ute.edu.ec

[2] Torresano, M. (2012) Estudio de la Responsabilidad Social en el Ecuador, AVOMA, GTZ, Cooperación Alemana.

[3] Franco, C. (2012). Responsabilidad Social Empresarial, United States Interamerican Affairs. Recuperado de <http://interamerican-usa.com/articulos/Gob-Corp-adm/Responsabilidad%20Social%20Carolina%20Franco%5B1%5D.pdf>.

[4] Consultores RSE (2009). ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? Recuperado de <http://consultoresenrse.com/2009/definicion-de-rse-responsabilidad-social-empresaria/>

[5] Guzman, M. G. (2006). Responsabilidad social y ética empresarial. Recuperado de <http://gerenteces.blogspot.com/2006/03/responsabilidad-social-y-etica.html>.

[6] EXPOK. (2008). Responsabilidad Social: definición y clasificación. Recuperado de <http://www.expoknews.com/responsabilidad-social-definicion-y-clasificacion/>.

[7] Comunidad Europea (2001). LIBRO VERDE - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>

[8] Curso Gratis de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de <http://www.aulafacil.com/cursos/l20446/empresa/responsabilidad-social/responsabilidad-social/las-cinco-areas-de-la-rse>.

[9] Toro, A. (2015). Calidad de Vida Laboral. Recuperado de <https://prezi.com/jlhqrfesu3ev/calidad-de-vida-laboral/>

[10] Acción Empresarial. Comercialización y marketing responsable. Recuperado de <http://es.catholic.net/op/articulos/44077/cat/417/comercializacion-y-marketing-responsable.html>

[11] Olave, W. (2011). Administración de Empresas. Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de <http://www.industriaynegocios.cl/Academicos/WilliamsOlave/cursos/ADE, SEMII,2011/09 Lect Complem ADE RSE.pdf>

[12] Acción Empresarial y Universidad Católica de Chile (2001). Indicadores Acción Empresarial de Responsabilidad Social. (Con el auspicio de Fundación Ford y ETHOS).

[13] INEC.CIU.4.0 (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. Unidad de Análisis y Síntesis. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/descargas/ciu.pdf>