

EFFECTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR PÚBLICO ECUATORIANO DEL SIGLO XXI

Ing. Fernando Carrillo Pérez, MG¹
Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador
carrillopf@ug.edu.ec

Ing. Víctor Hugo Carrillo Pérez, MBA²
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
victor.carrillope@ug.edu.ec

Ing. Ana Orellana Granda, MBA³
Docente Universidad de Guayaquil, Ecuador
ana.orellanag@ug.edu.ec

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA⁴
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
guido.povedabu@ug.edu.ec

Resumen

El sector público ecuatoriano, así como todos los demás gobiernos del orbe, están obligados a brindar bienestar a todas las personas naturales y jurídicas que intervienen en el desarrollo diario de sus actividades personales, laborales, familiares, etc. Sin importar su naturaleza o condición.

La responsabilidad social empresarial actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa. El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores; la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes y promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera.

Con todo esto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora ostensiblemente la reputación y la credibilidad, y con ello logra el reconocimiento ante sus grupos de interés, especialmente cuando el compromiso con el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social es percibido como reflexivo, ético y espontáneo.

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior

² Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas mención en Recursos Humanos y Marketing

³ Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas

⁴ Docente Titular de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración y Dirección de Empresas, Doctorando en Administración de Empresas, y Doctorando en Administración Gerencial

En la Constitución Política del Ecuador ya se menciona formalmente la Responsabilidad Social: "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental".

La autonomía no exime a las instituciones del sistema de ser fiscalizadas, de la responsabilidad social, rendición de cuentas y participación en la planificación nacional.

Palabras clave: Sector público, responsabilidad social, crecimiento de la empresa, Constitución Política el Ecuador, rendición de cuentas, planificación nacional.

ABSTRACT

The Ecuadorian public sector, as well as all other governments in the world, are obliged to provide welfare to all natural and legal persons involved in the daily development of their personal, work, family, etc. activities. Regardless of its nature or condition.

Corporate social responsibility acts as a key agent that drives the growth of the company. Business growth is a variable that depends on numerous factors; corporate social responsibility is one of them, as it favors every initiative that originates in the company, facilitating the positioning of its brand, renewing the corporate image, capturing the preference and loyalty of customers and promoting the perfect harmony between the company and the community in which it operates.

With all this, the corporate social responsibility activates the growth of the company, because it ostensibly improves the reputation and credibility, and thereby achieves recognition before its stakeholders, especially when the commitment to the development of the responsibility strategy social is perceived as reflective, ethical and spontaneous.

In the Political Constitution of Ecuador, Social Responsibility is formally mentioned: "The right to develop economic activities, individually or collectively,

in accordance with the principles of solidarity, social and environmental responsibility".

Autonomy does not exempt the institutions of the system from being audited, from social responsibility, accountability and participation in national planning.

Keywords: Public sector, social responsibility, company growth, Political Constitution Ecuador, accountability, national planning.

Keywords: Public sector, social responsibility, company growth, Political Constitution Ecuador, accountability, national planning.

Introducción

Actualmente, las empresas se encuentran en medio de condiciones adversas, caracterizadas por la sobreoferta de productos y servicios y altos niveles de incertidumbre; estas y otras manifestaciones externas las han llevado a dedicar gran parte del esfuerzo administrativo a la búsqueda de nuevas alternativas que permitan contrarrestar los efectos de la competencia y los drásticos cambios comerciales a nivel mundial.

Figura. Modelo de la responsabilidad social aplicada al sector público.



Fuente: <http://compartiendoexperienciauniversitaria.blogspot.com/2012/05/la-responsabilidad-social-aplicada-al.html>

En este panorama, las empresas intentan desarrollar e implementar políticas y estrategias que les permitan crecer y consolidarse. Las estrategias que

involucran la Responsabilidad Social están al orden del día y surgen, entonces, como una expresión manifiesta de las nuevas exigencias de los grupos de interés.

Como es conocido por todos, el crecimiento empresarial es uno propósito incuestionable de las organizaciones. Blank (2002) lo define como un objetivo inherente; todas las organizaciones buscan crecer, con el fin de obtener un beneficio que les permita ser sostenibles, crear una imagen corporativa positiva, implementar el bienestar institucional y garantizar su permanencia y consolidación en el ámbito empresarial; la Responsabilidad Social Empresarial puede contribuir con este propósito.

Desarrollo

El origen de la RSE data de los años 50 y 60 en Estados Unidos y se asienta en Europa en los 90, cuando la Comisión Europea utilizó este concepto para involucrar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social. El proceso de incluir a los empresarios en las soluciones de tipo social estableció la reconciliación entre las empresas y comunidad; tal hecho propició la conexión social, la solidaridad y el respeto al medio ambiente (Publicaciones Vértice, 2009).

En la década de los 60 y 70, el ambiente político y social se convirtió en una importante variable para las empresas americanas, dado que la sociedad fijaba su atención en cuestiones tales como la igualdad de oportunidades, el control de la comunicación, la conservación de la energía y los recursos naturales, la protección a los consumidores y a los trabajadores (Bateman & Snell, 2005). El debate público se dirigió a estos aspectos, estableciendo el modo como deberían responder las empresas ante estos retos; esta controversia se enfocó en el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

Actualmente, la Responsabilidad Social Empresarial actúa como medio acomodaticio a través del cual se construyen relaciones de beneficio recíproco

entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio.

La Encíclica Caritas Veritate

En la Encíclica se abordan numerosos temas todos ellos entrelazados con la idea de desarrollo, debido a que el Papa escribe esta encíclica en homenaje a Pablo VI, retomando sus enseñanzas sobre el principio del desarrollo humano integral defendidas en la Encíclica *Populorum progressio* publicada en 1967.

La Encíclica afronta la justicia social focalizada en la conducta, principalmente económica, que deben de adoptar los países prósperos para con los países en vías de desarrollo o de economías emergentes, si bien ese desarrollo económico se entiende como un perfeccionamiento integral que tenga en cuenta la mejora espiritual de la persona y su destino trascendente.

Sin embargo, muchos de sus postulados son aplicables igualmente a la justicia social en las economías y empresas nacionales, así como a la situación laboral de los trabajadores. Es cierto que en occidente existe una mayor protección jurídica que la que se da en países que no tienen un Estado de Derecho, en los que las violaciones de los derechos básicos y la explotación laboral son más flagrantes. Aunque como consecuencia de la deslocalización de la economía y la actual crisis económica ha aumentado el paro en los países desarrollados y muchas familias se están sumiendo en una alarmante pobreza, ante la impotencia de los servicios sociales para hacer frente a esta nueva situación.

Además, en el caso de los trabajadores extranjeros que viven en los países desarrollados el impacto de la crisis contribuye a empeorar su situación ya precaria. El Papa dedica alguna parte de la Encíclica al tema de la situación laboral de los inmigrantes, pero no es el objetivo central de la misma.

Las ideas de fondo de la Encíclica tienen una gran repercusión, con utilidad para muchas cuestiones más allá de la coyuntura concreta en la que vivimos, si bien trata de dar respuesta a las nuevas situaciones contemporáneas, fruto de la evolución social e histórica de la humanidad.

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa en la ‘Caritas in Veritate’ y en el Libro Verde sobre RSC de la Comisión Europea

En el capítulo tercero titulado “Fraternidad, desarrollo económico y sociedad civil”, el Papa hace un análisis propio de la Economía contemporánea y del mercado en relación con sus aspectos éticos.

Las ideas que sienta, deducidas de la doctrina social de la iglesia para aplicarlas a la situación actual de la economía y de la empresa, están en sintonía con uno de los grandes debates del mundo del trabajo y de la economía en nuestros días. En concreto, el Papa desarrolla una doctrina específica sobre la Responsabilidad Social de las empresas para aplicarla a la cooperación al desarrollo.

Destacaremos algunos puntos que arrojan luz a los intentos que desde muchos ámbitos académicos se están haciendo en la reflexión europea encaminados en esa misma dirección.

La economía debe estar dirigida por unos principios éticos porque debe encarnar la justicia y la caridad. El Papa señala, partiendo de esta definición, “El mercado es una institución económica que permite el encuentro entre las personas, como agentes económicos que utilizan el contrato como norma de sus relaciones y que intercambian bienes y servicios de consumo para satisfacer sus necesidades y deseos”, que el mercado no sólo debe regirse por la justicia conmutativa, sino también por los criterios de la justicia distributiva y de la justicia social.

Esta idea, subrayada por Benedicto XVI, está en sintonía con algunas tendencias contemporáneas en el pensamiento europeo sobre el mercado económico, como por ejemplo las que sostiene la Unión Europea en el Libro Verde sobre *Responsabilidad Social Corporativa* de las empresas.

Este documento apoya una teoría basada en una comprensión de la justicia social y del mercado social que refleja unos valores cristianos y está en consonancia con la visión que Benedicto XVI ofrece en esta encíclica.

Qué es la RSAC

Según el «Libro verde» difundido en la Comunidad Europea, la RSAC es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales de las empresas e instituciones, en sus operaciones comerciales y en la relación con sus interlocutores.

La pregunta que surge aquí es: ¿quiénes son los interlocutores? La publicación de la Unión Europea (2001) le da respuesta cuando menciona que la RSAC tiene dos dimensiones: la interna y la externa.

La dimensión interna tiene en cuenta los recursos humanos de la organización, sus objetivos personales, sus problemas y necesidades.

Por supuesto, también a los accionistas, pero eso se da por descontado. Por otro lado, la dimensión externa incluye a las comunidades locales, los proveedores y los clientes.

Según la definición del «Libro verde», dos elementos permiten determinar si una empresa o institución desarrolla acciones de RSAC. Primero, debe ser un acto voluntario; es decir, nadie podrá obligar a una empresa o institución a ser social y ambientalmente responsable.

Segundo, la RSAC debe exceder el cumplimiento de la ley, estándar mínimo obligatorio que todos deben cumplir, tanto dentro como fuera de la empresa o institución. Esto desmiente la tendencia en América Latina de calificar como social y ambientalmente responsables a aquellas empresas que cumplen la ley, como si fuera un favor a la sociedad. Es más, son las mismas empresas quienes se califican como «muy buenas» porque cumplen con la ley.

Bestratén y Pujol (2004) mencionan que una empresa es social y ambientalmente responsable si:

- Ofrece productos y servicios que responden a las necesidades de sus usuarios, de tal manera que contribuyan a su bienestar.
- Tiene un comportamiento que va más allá del cumplimiento de los estándares mínimos reglamentarios.
- Demuestra conducta ética en todas sus acciones.
- Brinda condiciones saludables y seguras a sus trabajadores.

- Muestra respeto estricto por el ambiente, interno y externo.
- Está integrada a la comunidad, conoce y participa de sus anhelos y necesidades, así como de sus problemas.

Según Acción RSE (2001), para que una empresa sea considerada responsable socialmente debe desarrollar acciones en cinco ámbitos:

- Ética empresarial.
- Medio ambiente.
- Compromiso con la comunidad.
- Márketing responsable.
- Calidad de vida laboral.

Importancia de la RSAC para la empresa o institución

Lo primero que debe tener en cuenta una empresa o institución es que la RSAC no es un gasto, sino una inversión. La RSAC proporciona los siguientes beneficios:

- Disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir la posibilidad de conflictos con la población.
- Mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud, lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa.
- Mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, al considerar sus necesidades.
- Mejora el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno.
- Brinda una imagen de responsabilidad en la empresa.

Qué es y qué no es la RSAC

Por lo general, la RSAC se confunde con la filantropía o con la caridad. Así, se la utiliza para «lavar la cara» de la empresa respecto de errores que haya cometido en el pasado, ya sea de carácter social o ambiental; por ejemplo, contaminación o resquebrajamiento social causados por una operación poco

cuidadosa. Asimismo, las acciones dirigidas a la sociedad se conciben con fines de relaciones públicas.

Se «vende» la imagen de una empresa sensible a las necesidades de la población.

Bestratén y Pujol (2004) relacionan compromiso social e interés consciente de la empresa para definir las diferentes formas de intervención social y ambiental de las empresas. Según se detalla a continuación:

ALTO Compromiso social sostenible	Filantropía	Economía social convencional	RSAC
	Caridad	Relaciones Públicas	Márketing con causa
BAJO	Fracaso seguro	Negocio puro	Manipulación social
	Bajo	Interés consciente de la empresa	Alto

Fuente: adaptación de Bestartén y Pujol

Es importante resaltar que la RSAC necesita un alto compromiso social sostenible y un alto interés consciente de la empresa. En el otro extremo, en el cuadrante inferior derecho, el alto interés consciente y el bajo compromiso dan como resultado una estrategia de manipulación social de la empresa para el logro de sus propios fines, actitud reñida con la ética. Las relaciones públicas se ubican en el cuadrante de medio compromiso social y medio interés consciente.

La ética como factor fundamental de la RSAC

Un elevado compromiso con la comunidad implica una alta dosis de ética en la acción empresarial. No existe RSAC sin ética, aun si se realizan inversiones millonarias.

Por lo tanto, un comportamiento ético consiste no sólo en evitar y combatir la corrupción, como se concibe normalmente, sino en respetar las libertades, los anhelos y las potencialidades de los demás.

Según López (2001), ello implica que si en la práctica una empresa quiere actuar en forma ética debe:

- Vivir de acuerdo con cinco valores fundamentales: igualdad, libertad, diálogo, respeto y solidaridad.
- Tener valores comunes para sus miembros.
- Luchar por alcanzar la satisfacción de todos los agentes involucrados, internos y externos, directa o indirectamente.
- Asumir la responsabilidad de sus actuaciones.
- Respetar la palabra antes que lo escrito.

Si bien estos cinco principios pueden ser adaptados para el individuo, si pensamos en los directivos y trabajadores de una institución añadiríamos otro principio: «Ser coherente y predicar con el ejemplo».

Sin embargo, la ética no sólo debe estar presente en las relaciones externas (por ejemplo, combatir la corrupción) de la empresa, sino también en el trabajo que se desempeña al interior de ella.

En consideración a esto, y no siendo este un artículo sobre ética, asumiremos implícitamente que cada paso que conduce a una estrategia y una acción de RSAC es eminentemente ético. De no ser así, ya no estaríamos ante una estrategia de RSAC.

Tipos de RSAC

En el tema de la RSAC, como en muchos otros, es frecuente preguntarse por dónde comenzar.

Bestratén y Pujol (2004) presentan una clasificación de responsabilidad social que incluye tres categorías:

primarias, secundarias y terciarias, y nos permite tener una respuesta. Estas responsabilidades son un continuo, es decir, no se puede (o no se debe) pasar a las responsabilidades secundarias sin haber abordado las primarias.

Las responsabilidades primarias:

Son inherentes a la misma actividad, razón por la cual no pueden considerarse aún acciones propias de RSAC.

Sin embargo, constituyen la mejor forma de empezar a desarrollarlas. Entre las principales podemos citar:

Brindar productos de calidad a precios justos.

Crear riqueza en la empresa y en la sociedad.

Respetar los derechos de los trabajadores y darles condiciones de trabajo dignas, que favorezcan su desarrollo personal y profesional.

- Promover una empresa sostenible y en crecimiento.
- Identificar y mitigar o evitar los impactos negativos sobre el ambiente.
- Cumplir las leyes y reglamentos que le sean aplicables.
- Distribuir equitativamente la riqueza generada.

Las responsabilidades secundarias

Son aquellas que exceden lo obligatorio y cuya aplicación requiere esfuerzos de la empresa. Podemos decir que este es el umbral entre la RSAC y la obligatoriedad.

Bestratén y Pujol (2004) dividen estas responsabilidades entre aquellas que se contraen con los trabajadores y aquellas que configuran las relaciones con la comunidad.

En cuanto a las responsabilidades terciarias, son aquellas que no están incluidas en la actividad específica de la empresa.

En la práctica, muchas de ellas son desarrolladas por las empresas antes de asumir las responsabilidades primarias o secundarias, porque se relacionan con mayor facilidad con lo social y causan un mayor impacto en el observador externo, como los medios de comunicación.

Entre ellas podemos citar:

- Proporcionar a la población ayuda para comidas fuera del hogar (ejemplo, comedores populares).
- Proporcionar a la población ayuda para vivienda (urbanizaciones, agua, alcantarillado, etc.).
- Facilitar a los pobladores medios para el disfrute de actividades culturales y recreativas (cines, parques, etc.).

- Promover programas de ayuda a la comunidad o a otros.
- Colaborar con centros de formación, como escuelas, universidades, entre otros.
- Ayudar a la construcción de infraestructura social.
- Mecenazgo en actividades culturales o deportivas.

Si bien estas actividades son necesarias, bajo ningún concepto deben significar el abandono de las responsabilidades primarias o secundarias, como muchas veces ocurre. Desarrollarlas no justifica, de modo alguno, descuidar lo primario ni lo secundario.

Principios de responsabilidad social

Los 7 principios de la responsabilidad social según la ISO 26000, que aunque es un listado mínimo, permite facilitar la integración de la responsabilidad social en la gestión de lo cotidiano y establecer así una base sólida que maximice la contribución de ésta al desarrollo sostenible.

El orden de los principios no implica que uno sea más relevante que otro, todos son importantes e ineludibles y se aconseja sean puestos en práctica independientemente del giro, sector, tamaño o impacto que una institución genere.

1. Rendición de cuentas

La capacidad de una organización de acostumbrarse a dar información sobre los impactos sociales, económicos y ambientales de su operación, que conlleva evidentemente no sólo positivos, sino también negativos y por ende asumir la responsabilidad de generar las medidas correctivas y establecer los candados necesarios para mitigarlos o evitarlos. Rendir cuentas debería también implicar aceptar la vigilancia pública y promover la respuesta a dicho escrutinio.

2. Transparencia

Esta práctica implica la costumbre de una organización de ser transparente en aquellas acciones que pueden vulnerar a la sociedad y al ambiente y por lo

cual deberían brindar toda la información que requieran las partes interesadas en un lenguaje sencillo y en formatos accesibles.

3. Comportamiento Ético

La forma en la que una organización es lo que es, hace lo que hace y decide lo que decide, está directamente vinculada a los criterios de honestidad, equidad e integridad que establece la gobernanza organizacional para conducirse. Una estructura ética que moldee las decisiones y acciones permite establecer que el fin no justifica los medios y por lo tanto que maximizar las ganancias debe conversar con la capacidad de incrementar los impactos positivos, y minimizar los negativos, en su entorno social y medioambiental.

4. Respeto a los intereses de las partes interesadas

Las organizaciones deben entender que los intereses de las partes involucradas son legítimos y deben ser atendidos y respetados, así sean distintos a los propios. Si bien es cierto, los objetivos de una empresa responden a sus dueños, existe un conjunto de partes interesadas que se ven afectadas por las actividades, acciones y decisiones, por lo que tomar en cuenta dichas expectativas es condición básica para operar de manera legítima y asegurar el éxito en el mediano y largo plazo. Porque valgan verdades, las partes interesadas tienen también y, felizmente, un potencial enorme de afectar una operación.

5. Respeto al principio de legalidad

Es el reconocimiento básico que ningún individuo y/u organización están por encima de la ley y, por ende, no tienen la potestad de actuar por fuera de sus marcos. Así, todas las instituciones deben cumplir las leyes y regulaciones aplicables, también en materia de responsabilidad social.

6. Respeto a la normatividad internacional de comportamiento

Una organización debería respetar la normativa internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto a la ley. Hoy los

negocios son, sobre todo, globales, y con las cadenas de valor extendidas, es muy frecuente que subcontraten servicios en países donde las leyes laborales son bastante más laxas, por lo que la vulneración de derechos también es más plausible. Por ende, una organización debería contemplar respetar la normativa más exigente aun cuando la normativa nacional a la que esté sujeta no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales.

7. Respeto a los derechos humanos

Una organización debería respetar los derechos humanos reconociendo, tanto su importancia y su universalidad. Es decir, son aplicables a todos los individuos en todos los países y culturas.

Sobre todo, allí donde ya sea por un vacío legal, o por prácticas inadecuadas, pueden ser vulnerados, la organización debería hacer un esfuerzo adicional por velar por ellos, respetarlos y protegerlos.

Referencias bibliográficas

Alonso, V. (2006). Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región.

Andía Valencia, W. (2015). La responsabilidad social: análisis del enfoque de ISO 26000. *Industrial Data*, 18(2).

Antonio, A., & Isea Silva, R. (2011). ISO 26000, Una Guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones. *Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, (11), 8.

Argandoña, A., & Isea, R. (2011). ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 11, 1-33.

Bernal-Conesa, J. A., De Nieves-Nieto, C., & Briones-Peñalver, A. J. (2014). Implantación de la Responsabilidad Social en la Administración Pública: el caso de las Fuerzas Armadas Españolas. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 18, 101-124.

Echaide, J. (2009). Responsabilidad Social Empresaria: un sobrevuelo por la norma ISO 26000. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (20), 137-162.

García, F. N. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. ESIC editorial.

Pérez, G., & Bedoya, D. A. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. *Gestión y Ambiente*, 8(2).

Schwartz, B., & Tilling, K. (2009). 'ISO-lating' corporate social responsibility in the organizational context: a dissenting interpretation of ISO 26000. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(5), 289-299.

Veloz, E. (2008). ISO 26000 y derechos laborales. *Fundación Friedrich Ebert, Red Puentes México, Enlace Comunicación y Capacitación. México*.