

Responsabilidad social corporativa: un compromiso pendiente para las organizaciones

Dos de cada cinco empresas analizadas desconocen en qué consiste la RSC y los beneficios de promover productos y servicios amigables con el medio-ambiente, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de la población.

V.G./PERSPECTIVAS. La economía y las formas de gestión de las empresas, al igual que muchas acciones en las que interviene el ser humano, se han transformado notoriamente en los últimos años. Cambios en las políticas públicas y el mismo ejercicio empresarial reúnen renovados conceptos que generan nuevas perspectivas en el área y, con ello, la necesidad de sobresalir frente al conjunto de negocios.

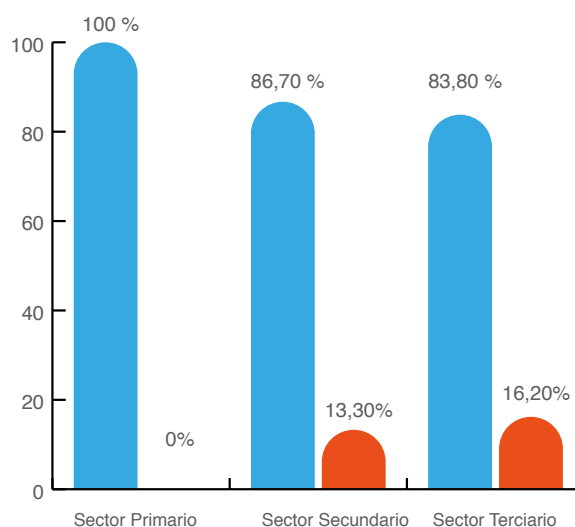
Para alcanzar esta distinción y reconocimiento se aplican diversas estrategias, técnicas y programas entre los que está la responsabilidad social corporativa, que posicionan a la entidad y desarrollan una correcta gestión de los recursos, considerando diferentes aspectos: sociales, económicos y medioambientales.

Jhoana Paladines, Verónica Armijos y Mónica Costa, docentes del Departamento de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), desarrollan el proyecto denominado 'Responsabilidad Social Empresarial', que tiene por objetivo conocer el nivel de percepción que poseen las pequeñas y medianas empresas de Loja en relación al desarrollo de modelos basados en prácticas socialmente responsables.

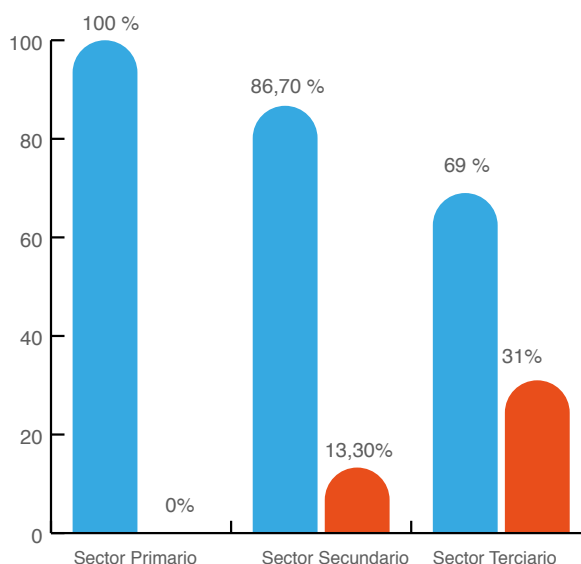
La RSC es un tema emergente en Ecuador, que de a poco va tomando fuerza gracias a la influencia de los diferentes grupos de interés. La responsabilidad social corporativa basa su gestión en tres pilares fundamentales: social, económico y medioambiental; a través de ellos se compromete a las empresas a desarrollar prácticas que fortalezcan su modelo de negocio y de esta manera mejoren su imagen y reconocimiento dentro del mercado.

El estudio dirigido por el grupo de investigación parte de una metodología exploratoria que, en primera instancia, consistió en el levantamiento de una línea base que permita proponer nuevos proyectos de intervención o capacitación, con miras a motivar, introducir y fortalecer las prácticas de RSC de las empresas analizadas. Para ello, se diseñan acciones en las que participan

Conocimiento del RSC



Autodiagnóstico de la aplicación de RSC



docentes del grupo de investigación Visión Social y Gestión de las Organizaciones, asesores internacionales y, como soporte operativo, estudiantes de la Titulación de Administración de Empresas de la UTPL.

El objetivo final del proyecto es determinar el estado de RSC, tanto a nivel local como a nivel nacional, se trabaja en conocer las prácticas de la RSC a través de cuestionarios validados por expertos y referidos en otras investigaciones a nivel internacional. El estudio preliminar se realizó a 222 empresas, bajo un método de muestreo aleatorio simple a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (INEC).

Las cifras del INEC señalan que en Loja existen 18.025 empresas activas, e indican que el sector con mayor representatividad es el terciario, con 15.604 empresas, seguido por el sector secundario con 1.500 y el sector primario con 921. Los tres sectores alcanzaron un nivel aproximado de ventas de 1.034 millones de dólares, contribuyendo el sector terciario con el 92% del total, el secundario con el 6% y el primario con el 2%. Dan empleo a 48.061 personas (54% hombres y 46% mujeres).

Los resultados del trabajo suponen un acercamiento a la realidad local en la aplicación en la práctica de este modelo empresarial y ponen al descubierto que el 38% de las empresas no tienen una definición clara del tema, sin embargo, de manera implícita aplican políticas y prácticas de RSC.

“Es evidente”, señalan, “la necesidad de introducir el concepto en la gestión empresarial, como una estrategia para alcanzar mayor interacción de los grupos de interés y generar conciencia social de las ventajas y fortalezas al poseer una visión colaborativa, participativa, con principios y ética”.

Con los resultados alcanzados se plantea ayudar a las empresas en el conocimiento de la RSC, atendiendo a las implicaciones del concepto, tanto a nivel interno como

“Es evidente la necesidad de introducir el concepto en la gestión empresarial como una estrategia para alcanzar mayor interacción de los grupos de interés y generar conciencia social de las ventajas y fortalezas al poseer una visión colaborativa, participativa, con principios y ética”.



externo de la organización. A decir del grupo de investigación, “es importante reconocer que una política o práctica de responsabilidad social bien planificada y direccionada beneficia tanto a la sociedad como a la empresa que la implementa, logrando así consumidores más fieles al percibir el compromiso de la organización con la comunidad y su entorno”.

En cuanto a las empresas que ya aplican la responsabilidad social corporativa, se pueden implementar estrategias de comunicación para la difusión de lo que están ejecutando “considerando que este concepto debe ser entendido como tal, para luego definir canales y medios de exposición”.

Además, se pueden desarrollar planteamientos en cuanto a programas, prácticas o políticas de RSC para

las empresas, mediante los cuales los clientes puedan satisfacer sus expectativas a través de productos y servicios sustentables que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de los sectores de la población menos favorecidos.

Desde la Universidad Técnica Particular de Loja, se apoya la investigación como un medio para conocer y mejora el entorno empresarial y social, de tal manera que la información obtenida permita identificar acciones aplicables en las pequeñas y medianas empresas a corto, mediano y largo plazo.



Escucha el **podcast** en:
culturacientifica.utpl.edu.ec