



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica

Nº 9: Enero - marzo 2017

Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero de Quito: de la teoría a la práctica

pp. 137 - 158

Avilés León, Byron Eduardo

Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE

Sangolquí, Ecuador

Avda. Gral. Rumiñahui S/N

beaviles@espe.edu.ec

Resumen

137

La decisión de incursionar en la responsabilidad social empresarial (RSE) es un asunto voluntario que las organizaciones deben asumir e incluirla como parte integrante y fundamental de la cultura empresarial que guie todas sus actividades. En Ecuador la participación del sector hotelero en organismos internacionales que motivan la RSE es prácticamente nula, ya que las organizaciones no vislumbran un horizonte de retribuciones financieras en el largo plazo gracias a su implementación. La responsabilidad social se ha convertido en un elemento clave en búsqueda de la competitividad y la sostenibilidad, por lo que la presente investigación enfrenta el problema de cómo el conocimiento de las teorías que fundamentan la RSE motivan a los agentes económicos en su adopción y cómo se debe proceder para implementarla. La información considerada en el presente trabajo provino de escritos tomados de revistas digitales indexadas, inicialmente se identificó 94 publicaciones de años posteriores al 2007, para a posterior seleccionar 63 relacionados con el presente trabajo, de los cuales se eligió 29 y posteriormente se profundizó su análisis mediante la búsqueda de sus referencias sin ninguna restricción. Se determinaron las características de la industria hotelera y se identificó tres teorías que se ajustan a la realidad del sector, estas son: la visión estratégica de la empresa, la del servidor y la integradora del contrato social, para finalmente establecer los pasos a seguir en la implementación de la RSE.

Palabras clave

Industria hotelera, alojamiento, responsabilidad social empresarial, teoría

Abstract

The decision to enter corporate social responsibility (CSR) is a voluntary matter that organizations should take and include it as an integral and fundamental part of the corporate culture that guides all its activities part. In Ecuador hotel sector participation in international organizations that encourage CSR it is practically nil, since organizations do not envision a horizon of financial rewards in the long term thanks to its implementation. Social responsibility has become a key element in the search for competitiveness and sustainability, so this research faces the problem of how knowledge of the theories underpinning CSR motivate economic agents in its adoption and how should proceed to implement it. Information considered in this study came from writings taken from indexed digital magazines, initially 94 publications later years was identified in 2007 for a subsequent select 63 related to this work, which was elected 29 and subsequently its analysis deepened by searching for references without any restrictions. the characteristics of the hotel industry were determined and three theories that fit the reality of the sector, these are identified: the strategic vision of the company, the server and inclusive social contract, to finally establish the next steps in implementation of CSR.

keywords

Hospitality Industry, accommodation, corporate social responsibility, theory

La presente investigación tiene la finalidad de orientar al sector hotelero ecuatoriano en el proceso de implementar la RSE como una decisión estratégica en las organizaciones, por lo que “contar con buenos cimientos racionales resulta especialmente importante cuando la RSE se presenta no como una mera hipótesis para explicar lo que se está haciendo, sino como una teoría normativa” (Melé, 2007, pág. 51). Por lo que su progreso depende de su fundamentación teórica desde su inicio hasta su puesta en práctica, que servirá al sector hotelero en la búsqueda de una ventaja competitiva, diferenciándole de la competencia y ayudando a su desarrollo.

Para adquirir completamente sus beneficios, la industria turística en general y el sector hotelero en particular deberá sumarse a esta tendencia mundial y generar una filosofía organizacional en la que la RSE sea su centro y que esté preocupada por los derechos de los diferentes grupos de interés, cuyos esfuerzos estén orientados a erradicar toda práctica de corrupción y preocupada por el medioambiente. El mundo contemporáneo exige organizaciones socialmente responsables que trabajen bajo los principios de sostenibilidad e integren sus expectativas de réditos monetarios con los beneficios que la comunidad espera en reciprocidad de las actividades de estas empresas (Guerra & Fernández, 2011, pág. 44).

La aplicación de la RSE es fomentada por varias organizaciones, tanto a nivel nacional en los diferentes países como internacional como el Pacto Global de las Naciones Unidas (PGNU). Esta última es la más representativa a nivel mundial al registrar 21.945 organizaciones socialmente responsables que trabajan por un planeta más justo, sin discriminación, en cumplimiento de los derechos de los individuos, contra la corrupción y con compromiso medioambiental. Lamentablemente el 42,28 % de estas organizaciones se encuentran activas, esta tendencia se evidencia en todos los países y Ecuador es un ejemplo, 49 empresas de las 90 registradas se encuentra activa (54,44%) (United Nations Global Compact, 2016).

Basado en el paradigma teórico de la sustentabilidad, el presente trabajo de investigación considera a la RSE como un proceso social y medioambiental que busca su implementación al interior de las empresas. Por otra parte, se considera que la humanidad se encuentra en un grado de decadencia producto del deterioro y desequilibrio de los diferentes ecosistemas a nivel mundial que han afectado cada una de las regiones y países, por el uso sin control de sus recursos que a su vez han devastado el medio ambiente y que influyen directa y significativamente a los sistemas sociales (Antequera, 2012, pág. 16).

Ecuador se encuentra inmerso en la corriente de la RSE, cuyos orígenes, investigaciones y avances provienen desde el exterior en su afán de ser incorporado por las diferentes organizaciones, sin importar su naturaleza ni actividad. Pero en la práctica se requiere asumir diferentes fundamentos teóricos de acuerdo a las características de la actividad económica que varía de un sector productivo a otro. Esta comprensión permitirá su implementación al momento de identificar cómo los resultados de una organización mejoran con una gestión basada en la RSE y sobre qué esperan los diferentes grupos de participantes de su aplicación en lo social, lo económico y ambiental.

Para comprender lo anteriormente señalado, se debe analizar las cifras que maneja el Ministerio de Turismo (2015), ya que ubica a la actividad turística como la tercera en importancia en la economía dentro de las exportaciones no petroleras, con una generación de divisas que alcanza alrededor de los \$1.487 millones de dólares durante el 2014. Empero, a pesar de su representatividad, según los registros del Pacto Global de las Naciones Unidas para el año 2016 penosamente se encuentra apenas una empresa dedicada a los viajes y tiempo libre, dentro de las actividades relacionadas con el sistema turístico ecuatoriano.

Adicionalmente, la misma fuente señala que el saldo de la balanza turística ecuatoriana para el año 2014 es de \$ 466.8 millones de dólares, mientras que el peso del consumo turístico es de 1.50% de la participación en el producto interno bruto (PIB). Así mismo, la recaudación tributaria por parte de hoteles y restaurantes ascendió a los \$ 150'547.760,00 millones de dólares y la generación de puestos de trabajo en establecimientos turísticos fue de 125.495 personas. Por lo que, “la responsabilidad social practicada por las organizaciones que actúan en el sector contribuye al desarrollo del turismo sustentable y responsable al considerar los intereses de las personas y el medioambiente en la localidad receptora” (Reinert & Barbosa, 2015, pág. 265).

Por lo que, el objetivo general de la presente investigación plantea es establecer el soporte teórico y conceptual de la RSE para su aplicación por parte del sector hotelero. Complementariamente, considera los siguientes objetivos específicos: analizar el desarrollo histórico de la RSE con el propósito de identificar las características predominantes de su fundamentación; describir las principales teorías asociadas con las características del sector hotelero, con el fin de seleccionar el concepto más representativo que facilite la aplicación por parte de la industria hotelera; determinar las condiciones de aplicación de la RSE en el sector de alojamiento de Quito, con la finalidad de incentivar su adopción en la gestión estratégica empresarial.

La presente investigación comprende de un análisis del desarrollo histórico de la RSE a nivel internacional que determinará sus orígenes y fundamentos, se explican las características del sector hotelero donde se implementará la RSE, se identifica las principales teorías sobre las que se basa la RSE considerando las características de la industria de alojamiento para motivar su implementación. Así mismo, se identifica su base conceptual y su alcance, para finalmente, se establecen las organizaciones ecuatorianas que fomentan la RSE, la manera de concebir la RSE y su relación con la norma ISO 26000 y los pasos a seguir para la adopción de la RSE dentro de una organización hotelera.

Método

La investigación fue realizada bajo una connotación de carácter teórico descriptivo de naturaleza documental realizado mediante la identificación de investigaciones previas sobre RSE encontradas en revistas electrónicas indexadas, las cuales fueron clasificadas y organizadas por tema de una manera sistemática para posteriormente ser tratadas y analizadas profundamente. Revistas encontradas en las siguientes bases de datos: Scielo, Dialnet y Google Académico. Para ello se emplearon descriptores como RSE, turismo, hotelería, artículos de revisión, combinándolas de manera diferente para ampliar los criterios de búsqueda. Se identificó preliminarmente 94 publicaciones de años posteriores al 2007, posteriormente se seleccionó 63 relacionados con el presente trabajo, para después elegir 29 y profundizar su análisis mediante la búsqueda de sus referencias sin ninguna restricción.

Cabe recalcar la creación de una base de datos mediante el uso del programa Excel para el procesamiento de la información, para lo cual se creó las siguientes categorías: tema del paper, nombre del libro/artículo, nombre del autor, referencia textual, análisis y discusión, número de página, año de publicación y dirección electrónica para su ubicación (URL). Posteriormente se organizó la información agrupando por temas relacionados de acuerdo al tema principal de la investigación, su orientación teórica y conceptual, con el fin de facilitar su entendimiento.

Resultados

Origen y evolución de la RSE

Hablar de RSE en las organizaciones no es un tema nuevo, se puede identificar el origen de su estudio formal en los años cincuenta cuando Howard Bowen en su obra “Responsabilidad social de los hombres de negocios” enfatiza el papel de los directores de las organizaciones y el impacto de su gestión en la comunidad, debiendo basar sus decisiones en los objetivos y valores vigentes en una sociedad con resultados deseables por la comunidad. Por ello, las diferentes empresas debían autoimponerse normas, procedimientos y actividades orientadas hacia la búsqueda de una práctica responsable de sus acciones. (García & Rodríguez, 2012, pág. 147)

Posteriormente, en los años sesentas los aportes a la RSE se centraron en torno a su desarrollo y fundamentación teórico-filosófico de la responsabilidad en las organizaciones, considerada como el florecimiento de la RSE como se la conoce en la actualidad, introduciendo avances en su comprensión y cambios en la manera de concebirla, llegando a determinar nuevas concepciones y orientaciones en su alcance, aceptadas por numerosas organizaciones que en su implementación alcanzaron resultados interesantes, cuyo trabajo se sustentó en el compromiso social en cada una de las actividades de los negocios (De Bakker, Groenewegen, & Den, 2005, pág. 286).

Más tarde, en los años setentas se profundiza el estudio de la responsabilidad que deberían tener las organizaciones en su gestión frente a la comunidad, tomando rápidamente los Estados Unidos el liderazgo en la aplicación formal de la RSE en las organizaciones, al monitorear y evaluar la gestión de las empresas basadas en la accionar social y la ética de sus actos. Después de diversos estudios, se determinó que apenas el 19% de ejecutivos entrevistados consideraban que sus actuaciones en temas de honestidad eran catalogadas como muy alta o altas, según los estándares establecidos (Caroll, 2000, pág. 34).

Pero es en los años ochenta que se desarrolló la RSE en las organizaciones al incorporar a nivel de la dirección una visión estratégica que rija sus acciones, además de considerar el principio de voluntariedad al momento de decidir su implementación en las empresas. Los cambios adoptados en esta época fueron motivados por comportamientos muy criticados por la comunidad producto de diversos problemas de corrupción, que obligaron la adopción de políticas de responsabilidad franca y abierta ante la comunidad. El objetivo principal fue la búsqueda de un equilibrio en las empresas entre los resultados financieros y su

responsabilidad ante la comunidad, generando códigos de ética y políticas claras de comunicación corporativa (Vaca, 2012, pág. 40).

Sin embargo, la evolución más representativa en este período es un cambio de paradigma en las organizaciones ya que se considera que las empresas son fruto de la interacción de diversos participantes, considerada como una empresa plural con múltiples relaciones e interacciones en la que cada uno de sus miembros tienen intereses diferentes, que repercuten en la gestión de los negocios. Esta teoría, denominada de los “Stakeholders”, aporta significativamente a la concepción estratégica de la RSE, considerando como factor fundamental en la responsabilidad de las diversas organizaciones su comportamiento ético en cada actividad por ellas desarrolladas (González, 2007, págs. 208-209).

Pero es precisamente en los últimos años de la década de los noventa y los primeros del presente siglo, donde se da un progreso significativo en el manejo de la RSE al introducirse los factores económico, sociocultural y medioambiental en la gestión responsable de las empresas, aporte conocido como la triple cuenta de resultados (Triple botton line). Esta perspectiva considera los rendimientos tangibles e intangibles no cuantificables de la RSE en la comunidad, logrando por ello diferenciarse de la competencia e incrementar su valor en el mercado, ya que se considera que estos elementos equivalen un 60% del monto percibido por los inversionistas (Nuñez & Valarezo, 2012, pág. 63).

Complementariamente, son en los primeros años del presente siglo donde se facilita el proceso de implementación de la RSE al conjugar sus principios y fundamentos con la filosofía organizacional. Este hecho resulta fundamental en su desarrollo ya que compatibiliza las estrategias organizacionales con la generación de riqueza que esperan los negocios en el corto, mediano y largo plazo. En esta época se pone énfasis en la creación de valor junto con un posicionamiento de su imagen ante la sociedad buscando una diferenciación de la competencia a través de la RSE, la cual es promovida por diversas organizaciones públicas y privadas sin fines de lucro con la intención de que los grupos relacionados aprecien los beneficios de las acciones sociales implementadas (Toro, 2006, pág. 354).

Como resultado final del proceso evolutivo de la RSE aparece la Norma ISO 26000 como una herramienta que ayuda a las organizaciones en su implementación. Compuesta por 7 grandes grupos de acciones a ser consideradas por las empresas para ser socialmente responsables, esta guía tiene la finalidad de fijar estándares en la búsqueda del desarrollo sostenible. Esta adaptación de los procesos organizacionales, parten de un análisis diagnóstico

para la determinación de una línea base sobre la cual se medirán los avances y progresos obtenidos de la adopción de estrategias de sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo (Hahn, 2012, pág. 442).

Consideraciones de las características del sector hotelero previo a la elección de una teoría

Para facilitar la toma de decisiones en el nivel directivo de una organización y garantizar los resultados de cualquier medida tomada, se debe considerar las características que rodean a la empresa. Las empresas de alojamiento al pertenecer al sector de servicios deben reconocer las siguientes particularidades en su gestión: la intangibilidad de los servicios prestados y su alto ingrediente de información requerido para su cumplimiento, la competitividad basada en la calidad del servicio prestado por el personal, la relación entre producción-consumo en los bienes y servicios comercializados; y, capacidad de adaptación de la estructura organizacional producto de la innovación experimentada (Rivas, 2012, pág. 42).

Cabe destacar el papel fundamental de la calidad en el servicio de los diferentes subsectores de los establecimientos hoteleros, la cual debe incorporarse a la filosofía organizacional. Esto se debe a que una actitud favorable de los huéspedes y clientes en general repercute en las decisiones futuras de volver a consumir los bienes y servicios del establecimiento, así como el poder multiplicador de una referencia positiva a las demás personas, como resultado de un cliente satisfecho. Esto se debe a las características predominantes en la industria del alojamiento, que influyen en el comportamiento de consumo de los clientes, la cual es influenciada por criterios y juicios de valor de otros individuos (Santomá & Costa, 2007, pág. 41).

Complementariamente, para que un establecimiento hotelero pueda dar cabida a la RSE dentro de su estructura, debe elegirse con sumo cuidado la forma organizativa para la conducción del establecimiento. El saber elegir una forma de organizar al negocio se verá reflejada en la supervivencia de la organización, promoviendo su crecimiento y desarrollo al contribuir con aumento en los resultados financieros. Por otra parte, se debe tener en cuenta al elegir un modelo de organización el propósito de minimizar las dificultades inherentes a la coordinación del personal y su motivación para alcanzar los objetivos fijados por la empresa (Fernández & González, 2008, págs. 68-69).

Teorías que afianzan la RSE

Desde sus orígenes en los años cincuenta, época que es considerada como el nacimiento de la RSE, diversos autores como Bowen, Freeman, Friedman, Carroll, Brundtland, Melé, Elkington, Dahlsru y muchos otros tratadistas, han desarrollado y

analizado diversas teorías para fundamentar y explicar sus implicaciones, cada una desde paradigmas teóricos de la organización diferentes. Por la diversidad de su tratamiento estas explicaciones resultaron contradictorios y confusas al momento de querer comprenderlas y aplicarlas en las diferentes organizaciones, causando desmotivación y malestar entre quienes ven a la RSE como una alternativa para mejorar su desempeño empresarial (Alvarado & Schelesinger, 2008, pág. 39).

Esta realidad define las condiciones del trabajo de Vaca (2012), quien en base a los trabajos de De Bakker et al. (2005), Garriga y Melé (2004), McWilliams, Siegel, & Wright (2006), Alvarado y Schlesinger (2008), quien organiza, clasifica y sintetiza las teorías relacionadas con la RSE. Identifico 4 grandes grupos de teorías de acuerdo a la contribución sobre sus aplicación en la práctica de la responsabilidad ante la sociedad, como son la teorías: instrumentales, políticas, integradoras y éticas. Además, llegó a relacionar alrededor de 22 teorías a estas categorías, en su afán de fundamentar la RSE en la práctica. (ver tabla 1)

Tabla 1
Principales Teorías asociadas a la RSE

	PRINCIPALES TEORÍAS																						
GRUPO	Teoría de la Agencia	Relativismo Ético	Visión Estratégica de la Empresa	Visión de los Recursos y Capacidades	Teoría del Liderazgo Estratégico	Teoría del Servidor	Teoría Integradora del Contrato Social	Ciudadanía Corporativa	Teoría de los Grupos de Interés	Respuesta Social Corporativa	Teoría Institucional	Ética Aplicada a la Empresa	Teoría del Desempeño Social Corporativo	Principio de Responsabilidad Pública	Teoría de la Respuesta Organizativa	Teoría de la Propiedad	Teoría de la Empresa	Democracia Corporativa	Derechos Humanos	Teoría del Desarrollo Sostenible	Teoría del Bien Común	Teoría de la Virtud	
Teorías Instrumentales	X	X	X	X	X																		
Teorías Políticas						X	X	X															
Teorías Integradoras	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X						
Teorías Éticas			X			X	X	X	X		X				X			X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia, con base en Vaca (2012) y Garriga y Melé (2004)

Cabe destacar que de los 4 grandes grupos de teorías señalados por Garriga y Melé (2004), se ha podido identificar 3 teorías principales cuyas características y connotaciones interactúan sobre estos grandes grupos. Al considerar las características del sector hotelero y el tipo de actividades que éste realiza, fácilmente se conjugan y se aplican en la estructura organizacional llegando a contribuir de manera significativa en la implementación de la RSE, estas son:

Visión estratégica de la empresa

Esta orientación teórica tiene como elemento principal la adopción de los negocios de una dirección estratégica orientada a posicionar a la empresa en un segmento específico del mercado, buscando algún factor diferenciación frente a sus rivales empresariales que le permitan subsistir en un mercado altamente competitivo, así como conseguir su crecimiento y expansión en un mundo globalizado. Por otra parte, determina la relación entre el nivel directivo y la calidad de decisiones tomadas en la gestión de los recursos organizacionales, los que resultan restringidos para la mayor parte de los negocios (Alvarado, Bigné, & Currás, 2011, pág. 122).

Así mismo, la teoría de la visión estratégica de la empresa se identifica tanto con parte de las teorías instrumentales, de las integradoras como de las éticas. A las primeras ya que determina el direccionamiento estratégico de las empresas en su gestión, a las segundas por considerar las relaciones existentes entre una organización y la sociedad buscando beneficios mutuos; y a la última, ya que es la base de la RSE al relacionar una conducta moral en el accionar de todos los miembros de la sociedad. Es precisamente gracias a su interrelación en estos 3 ámbitos que facilitan la implementación de la RSE en los negocios. (Garriga & Melé, 2004, págs. 53-60)

Teoría del Servidor

Esta teoría considera a la RSE como un equilibrio en la búsqueda del bienestar de toda la sociedad, en la cual los dueños de las empresas a través de sus administradores buscan hacer el bien en su gestión a los diversos grupos de participantes, sin priorizar los resultados financieros de las organizaciones. Además, otorga el reconocimiento a las personas que gracias a su trabajo honesto y responsable buscan ser reconocidos por sus compañeros de labores y sus jefes, fundamentado a una conducta moral de sus acciones y orientado al servicio de la sociedad (Alvarado et al., 2011, pág. 125).

Esta perspectiva teórica cuyos orígenes son la sociología y la psicología, considera los intereses encontrados presentes en los directivos de las organizaciones en la búsqueda de sus propios beneficios y los de la comunidad. Requiriendo por ello un cambio de paradigma en el cual los administradores conjuguen los intereses de las organizaciones y los de la comunidad como uno mismo y que conlleve a obtener beneficios para todos los interesados. Por lo anteriormente dicho, ésta se identifica con las teorías políticas, las integradoras y las éticas, siendo las primeras las que rigen y regulan la responsabilidad de los negocios ante una comunidad que busca el bien común (Martí, 2004, pág. 38).

La teoría integradora del contrato social

Fundamentada en la sociología, esta teoría analiza el comportamiento de las personas en la intención de cumplir los deberes éticos y morales de las organizaciones en sus actividades cotidianas. Este elemento se constituye en el factor más importante en la búsqueda del desarrollo de las diferentes sociedades, para ello debe integrar las necesidades, los intereses y las directrices estratégicas de los distintos grupos de participantes en su gestión. Semejante a la teoría anterior, ésta se relaciona con las teorías éticas, políticas e integradoras en su papel de implementar la RSE en el mundo empresarial (Alvarado et al., 2011, págs. 123, 127).

Definición de RSE.

Como se señaló anteriormente, desde la aparición formal de la RSE en la década de los cincuentas, todos los tratadistas han querido establecer una definición que englobe todas las características y sus elementos constitutivos, para que esta puede ser aplicados por las organizaciones en su esfuerzo de implementarla. Cada autor ha tratado de plasmar en sus definiciones su manera de concebir la realidad de acuerdo a los paradigmas predominantes y el contexto de su implementación, como por ejemplo lo concebido por Bowen (1950) y la responsabilidad en los negocios hasta lo que en la actualidad se entiende a la RSE y su relación con los grupos de interés, la ética en los negocios, el desarrollo sostenible, entre otros (Mababu, 2010, págs. 101-102).

Cabe señalar que estos conceptos sobre RSE consideran ciertos parámetros que surgen de las perspectivas exigidas por la sociedad en lo ético, legal, lo económico y de manera discrecional en el periodo de tiempo específico donde se presenta la innovación (Carroll, 1979, pág. 500). Más adelante otros tratadistas incorporaron criterios adicionales en las definiciones que ampliaron su comprensión, como los requerimientos presentes en los grupos de interés y los aspectos a considerar por las organizaciones como requisito básico si quieren proyectarse en el tiempo; es decir, en el corto, mediano y largo plazo (Whetten, Rands, & Godfrey, 2002, pág. 374).

Sin embargo, un criterio no discutido hasta el momento en la comprensión de la RSE es el hecho de que las organizaciones deben generar recursos financieros en la misma magnitud que si no hubiera sido implementada en sus negocios. Por otra parte, se debe tener presente que los recursos económicos requeridos para su implementación deben provenir del giro de la misma actividad económica y ser autosustentable (McWilliams & Siegel, 2001, págs. 118-119), buscando como prioridad estratégica para toda empresa la conservación y la

fidelización de los clientes en un mercado muy dinámico y competitivo (Marin, Ruiz, & Rubio, 2008, pág. 67).

Finalmente, el aporte más significativo en la intensión de establecer una definición sobre RSE más específica y que pueda ser aceptada por la comunidad en los procesos de implementación es el criterio de voluntariedad, la cual considera que para que se pueda practicar la RSE “las empresas integran las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores de manera voluntaria” (Comisión de las Comunicaciones Europeas, 2001, pág. 6). Definición que fue aceptada por diversas entidades que estudian y ayudan en la implementación de la RSE como el Foro para la Evaluación de la Gestión ética - FORETICA desde 1999 y la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004).

Avances de RSE en Ecuador

Las contribuciones posteriores a la RSE realizadas por la Comisión de las Comunicaciones Europeas, pone en evidencia la intención de Europa de convertirse en el líder en su implementación a través de diversas acciones como el comunicado titulado: “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE”. Por otra parte, con el fin de facilitar el estudio y mejoramiento de las condiciones para divulgar las bondades de la RSE se conforma la red de negocios europeos para la RSE (2006) FORETICA creando el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (norma SGE 21) desde su aparición en el año 1999 evolucionando hasta su última versión en el año 2008.

Es preciso puntualizar que esta norma SGE 21 es la primera en su género en Europa, la cual establece una serie de estándares que deben cumplir las empresas en su decisión de implementar la RSE en las organizaciones. Logrando a través del uso de esta herramienta la divulgación y popularización a nivel mundial y facilitando su adopción. Así mismo, acciones incurridas por la Comisión de las Comunicaciones Europeas sobre “Estrategias de RSE” (2011) o por el Parlamento Europeo mediante la resolución relativa al “comportamiento empresarial responsable y transparente y de crecimiento sostenible” (2013) entre las más representativas, han fortalecido el direccionamiento estratégico de la RSE en los negocios (FORETICA, 2016).

Estos acontecimientos sucedidos a nivel internacional han influenciado de manera significativa a todos los países del mundo y Ecuador no se encuentra la margen de esta tendencia global. En el país se ha creado dos instituciones que promueven la implementación de la RSE en las empresas, una es el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador – IRSE que cuenta con una experiencia aproximada de 10 años de trabajo en la materia a través de las herramientas como las normas: ISO 26000 y la SGE 21:2008, otorgando una certificación de cumplimiento a las organizaciones que voluntariamente incursionan en RSE (IRSE, 2016).

La otra entidad creada en Ecuador para la difusión y el fortalecimiento de la RSE es el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social – CERES fundada en el año 2005, que desde su aparición en el escenario empresarial tiene como propósito fundamental el orientar a las organizaciones en la generación de valor agregado para los negocios mediante el cumplimiento de los diferentes estándares de las herramientas identificadas con la RSE, complementada con un seguimiento exhaustivo y asesoría permanente desde el diagnóstico inicial requerido para definir su línea base hasta su plena implementación en entidades tanto públicas como privadas (CERES, 2016).

Las normas ISO 26000 y su relación con la RSE

El objetivo fundamental de la norma ISO 26000 es guiar a las diferentes organizaciones en la búsqueda de la responsabilidad social y colaborar con el desarrollo sostenible de la sociedad. Hecho justificado en la medida que gran cantidad de negocios desconocen el camino hacia la sostenibilidad corporativa, ya que necesitan incorporar dentro de su planificación estratégica el enfoque de RSE para incrementar la eficiencia operativa en sus empresas. A pesar de que la norma ISO 26000 no abarca la totalidad de los procesos de gestión estratégica de un negocio, resulta beneficioso al momento de realizar el diagnóstico inicial, base para la adopción de estrategias de sostenibilidad a ser implementadas (Hahn, 2012, pág. 442).

Por ello, la norma ISO 26000 resulta una herramienta importante en la consecución de objetivos empresariales que abarca la responsabilidad de la cadena de valor, con la sociedad y el medioambiente. La norma se basa en el empleo racional y sostenible de los recursos de la empresa, en los cuales están incluidos el personal, mediante la adopción del principio del bien común en el desempeño de sus actividades, la cual puede ser usada por entidades públicas como privadas, gobiernos seccionales, asociaciones de empresas, organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro..., (Montero, 2012, págs. 110-111).

La norma ISO 26000 es integrada por 7 factores fundamentales y cuenta con alrededor de 36 variables de análisis referente a la gestión operativa en los negocios, que abarcan diferentes aspectos de la gestión de las organizaciones como son:

Gobernanza de la organización

El punto de partida de la RSE es la determinación objetiva de un sistema de gobierno de las organizaciones que permitan tomar en consideración las necesidades y opiniones de los grupos de participantes en la toma de decisiones. Parecería evidente comprender que la legislación ampara a los propietarios la conducción de sus empresas; sin embargo, se introduce el debate de incorporar en los consejos administrativos de las empresas no solo a los accionistas sino también estar representados de algún modo los más importantes grupos de interés para que rijan las actividades y acciones en beneficio de toda la comunidad. (Casani & Pérez, 2009, págs. 133-134)

Derechos humanos

Este apartado hace relación a las directrices normativas jurídicas tanto nacionales como internacionales sobre los derechos humanos y laborales, con la comunidad y con el medio ambiente aplicados por todo tipo de organizaciones en su gestión diaria ya sea en su protección como en su promoción entre los grupos de interés. Esta normativa establece un compromiso de los diferentes negocios en garantizar su aplicación, no como una simple enunciación sino por el contrario, un goce pleno de los derechos y evitar de esta manera posibles repercusiones civiles o penales por su violación. Este contexto implica una constante evolución de normas y directrices legales que regulan el comportamiento basados en valores éticos y morales de las empresas a las cuales deben sujetarse y rendir cuentas ante la comunidad. (Hernández, 2009, págs. 469, 679-680)

Prácticas laborales

Este componente, considera el aporte del talento humano a la competitividad organizacional, basado en la motivación y en el ambiente laboral requiere de la preparación permanente de los individuos y la mejora de sus competencias laborales, debido al cambio permanente y acelerado de la tecnología y los avances de la ciencia. Este contexto hace necesario la planificación de la inversión requerida en perfeccionar a las personas en cada uno

de los puestos de trabajo, dotando de un ambiente adecuado y seguro para el desempeño de sus actividades, minimizando la rotación del personal y la pérdida de productividad por su reemplazo. (Barreto & Azeglio, 2013, pág. 1141)

El medio ambiente

Parte esencial de la RSE este factor fundamental busca generar conciencia en las organizaciones e incentivar a las empresas la adopción de medidas para reducir los riesgos medioambientales por el desarrollo de sus actividades y por ende minimizar la posibilidad de responder económicamente ante un evento fortuito que pudiera causar daños al ambiente y a la comunidad. Además, se fundamenta en una política ambiental de responder a los daños causados al ambiente en el giro de la actividad económica, ya que se considera que quien daña debe pagar para su recuperación. (Marí, 2016, pág. 257)

Prácticas justas de operación

Se considera que la RSE es aplicable para todo tipo de empresas y es capaz de convertirse en un generador de competitividad en la búsqueda del desarrollo de los negocios, en contestación a las desigualdades producidas por el progreso de una sociedad. Esta filosofía debe ser integrada en la gestión estratégica y operativa de las empresas para que sus resultados sean apreciados por la competencia directa e indirecta y por la comunidad. Así mismo, a nivel gubernamental debe adoptar los principios de a RSE en los planes de gobierno, nacional, regional y los gobiernos autónomos descentralizados municipales y parroquiales, para ayudar a las organizaciones a ser competitivos tanto a nivel nacional como internacionalmente. (Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández, 2013, págs. 28-29)

Asuntos de consumidores

Este criterio sostiene la idea de que el consumidor demanda que el marketing se ajuste a sus intereses y necesidades en el corto, mediano y largo plazo, tomando en cuenta los requerimientos de la sociedad. Aspectos a considerar dentro de este ámbito se pueden señalar los siguientes: productos que cuiden la salud, amigables con el ambiente, precios justos, atención a sus reclamos, entre otros, que afectan directa o indirectamente las relaciones

comerciales con los clientes, con los proveedores y con la competencia. (Schwalb & García, 2013, págs. 437-438)

Participación activa y desarrollo de la comunidad

Se sustenta en el hecho de que los negocios no deben perjudicar a nadie, persona o medioambiente, en el desarrollo de sus relaciones comerciales y su contacto con la comunidad producto de sus actividades económicas. Realza el espíritu de solidaridad de las organizaciones; es decir, los negocios deben preocuparse de los problemas sociales existentes y proteger a la comunidad inmersa en su campo de acción directo como empresa, ya que es parte fundamental del desarrollo sostenible de una economía. (Sánchez, Hernández, Hernández, & Oliva, 2012, pág. 189)

Pasos a seguir para la implementación de la RSE

Para poder facilitar la implementación de la RSE en las diferentes empresas, especialmente en las de la industria de alojamiento, se han identificado los siguientes pasos que facilitarán su implementación: (Ruiz, 2010, citado en Martos, 2011, pág. 173)

- Determinación de los intereses, necesidades, criterios y opiniones de los grupos de participantes a ser contemplados por la organización, los cuales deben ser analizados y priorizados de acuerdo a los lineamientos estratégicos de la empresa y a la disponibilidad de recursos, es recomendable comenzar por los de los clientes internos como externos.
- Diseño de un plan de acción, para lo cual se debe comenzar con la identificación de intereses comunes entre los grupos de participantes, definiendo políticas y temas de interés para cada uno de ellos. Resulta de suma importancia la demarcación de las unidades u oficinas para la implementación de los planes de mejora de acuerdo a los objetivos propuestos.
- Control y valoración de los estándares fijados como referencia, que consiste en comparar lo planificado con los resultados reales obtenidos en el tiempo desde su adopción, a efectos de hacer un seguimiento permanente de las acciones tomadas y retroalimentar al proceso.

- Notificar los resultados alcanzados a la comunidad, con el propósito de generar una imagen de transparencia ante los grupos de interés, la cual debe ser sujeta a verificación y constatación para garantizar la credibilidad del proceso.

Discusión

Desde su aparición en los años cincuenta la RSE ha sido objeto de un constante análisis y evolución en un esfuerzo de entender y explicar sus fundamentos, sus características y su alcance, con la finalidad de motivar e impulsar a un mayor número de organizaciones para que adopten voluntariamente el reto de ser responsables para con la comunidad en general. Este amplio soporte teórico permitirá solventar cualquier dificultad presente en su implementación en una organización del sector hotelero, considerando las características y el contexto en que se desenvuelven estas empresas se potencializan los beneficios esperados por los diferentes grupos de interés.

Para mejorar los resultados de la adopción de la RSE en una empresa es menester conocer las características propias de cada negocio, el giro de su actividad económica y cada uno de sus procesos, sus productos-servicios a comercializar, su mercado, el perfil de los consumidores, su competencia, sus proveedores, etc. Esto permitirá definir claramente los lineamientos, las estrategias y las actividades a emprender para garantizar la integración de una filosofía basado en la responsabilidad social a las actividades directivas y operativas de una institución. Ya que las empresas de hospitalidad tienen sus propias particularidades basadas en la calidad del servicio prestado por el talento humano como parámetro fundamental en la búsqueda de incrementar la competitividad en el mercado.

Como base a lo anteriormente expuesto y basado en el presente estudio, se reconoce principalmente tres postulados teóricos como son: la visión estratégica de la empresa, la teoría del servidor y la teoría integradora del contrato social. Estos postulados se acoplan fácilmente a las características del sector hotelero de Quito, ya que recogen e incorporan las particularidades de las teorías instrumentales, políticas, integradoras y éticas propuestas por Garriga y Melé (2004). De manera que permite facilitar los procesos de implementación de la RSE con un respaldo teórico que entienda a fondo la gestión de un establecimiento hotelero y garantice la obtención de beneficios para toda la sociedad.

Otro elemento que motivará a las organizaciones y facilitará enormemente la decisión para su implementación es la comprensión clara de en qué consiste y para qué sirve la RSE,

pero por la multiplicidad de criterios expuestas en las diferentes definiciones lo único que han conseguido es confundir y desorientar a los diferentes empresarios que quieren adoptarla. Por ello, a la luz del presente documento se ha adoptado la definición desarrollada por la Comisión de las Comunicaciones Europeas y expuesta en el Libro Verde, como la más adecuada al momento de emprender en el proceso de implementar la responsabilidad social en una institución.

Ecuador no está al margen de los avances realizados en otras partes del mundo en temas de RSE y ha asumido la normativa y las directrices generadas en esta Comisión y las demás aplicables para facilitar y fomentar la implementación de la RSE. Normas como la ISO 26000 que tiene como propósito fundamental brindar orientaciones sobre RSE y el desarrollo sostenible tanto económico, social como medioambiental y la SGE 21:2008 que ha sido utilizada por varias organizaciones en la intención de obtener una certificación que acredite el cumplimiento de los estándares asociados con la RSE, medidas que buscan un incremento en la competitividad y una imagen fuerte en la sociedad.

Además, para garantizar el proceso de implementación de la RSE en una organización resulta conveniente tener conciencia de las ventajas que tendrán los grupos de interés existentes. La adopción de la RSE debe ser asumida desde el nivel directivo a través de la incorporación de sus principios en la cultura organizacional, la cual guiará los planes de acción asumidos en el ámbito económico, social y ambiental. Estos resultados deben ser conocidos claramente por la sociedad para transparentar su accionar, esto permitirá generar una imagen capaz de ser posicionada en el mercado y mejorar su competitividad

Cabe recalcar que, una de las más grandes restricciones presentes en la realización de la presente investigación fue la limitada información sobre organizaciones que han emprendido en la RSE en la industria hotelera proporcionada por fuentes independientes y externas al país. El Pacto Global, institución de las Naciones Unidas, carece de datos de empresas del sector hotelero ecuatoriano y únicamente registra una entidad relacionada con el sector turístico, identificando que la RSE requiere de motivación e impulso para que las organizaciones voluntariamente asuman el reto de incursionar en estos temas de vital importancia para el desarrollo sostenible de la sociedad.

Para finalizar, resulta recomendable estimular la participación de la academia en el estudio de la RSE en los diferentes sectores de la economía ecuatoriana, especialmente en el sector turístico y hotelero, ya que el gobierno nacional lo ha determinado como sector

estratégico para el desarrollo del país. Así mismo, se debe motivar a las diferentes entidades para que voluntariamente se convierta en una institución socialmente responsable para con los accionistas, los empleados y la sociedad en general, no solo a nivel de Ecuador, sino que se integre a organizaciones internacionales que fomenten la responsabilidad social y comuniquen sus aportes y avances, como ejemplo del compromiso por un mundo mejor.,

Lista de referencias

- Alvarado, A., & Schelesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Recuperado el 2016 de Julio de 6 del 2016
- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base a la racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137.
- Antequera, J. (2012). *Propuesta metodològica para el anàlisis de la sostenibilidad regional (Tesis doctoral inédita)*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Barreto, A., & Azeglio, A. (2013). La problemática de la gestión del capital humano en las MiPyMEs de alojamiento turístico de la ciudad de Buenos Aires - Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 1140-1159. Recuperado el 24 de Junio de 2016
- Carroll, A. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality. *ETHICAL CHALLENGES FOR BUSINESS IN THE NEW*. *Business Ethics Quarterly*, 10, 33-42. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Casani, F., & Pérez, C. (2009). La responsabilidad social en las universidades públicas españolas: vectores de cambio en la gobernanza. *Investigaciones de Economía de la Educación*(4), 127-138. Recuperado el 24 de Agosto de 2016
- CERES. (21 de Julio de 2016). *Consortio Ecuatoriano par la Responsabilidad Social*. Obtenido de www.redeceres.com/#!nosostros/cqn6
- Comisión de las Comunicaciones Europeas. (18 de Julio de 2001). *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Obtenido de EUR-Lex: eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1469047613192&uri=CELEX:52001DC0366
- De Bakker, F., Groenewegen, P., & Den, F. (2005). A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business & Society*, 283-317.

- Fernández, M., & González, M. (2008). ¿Cómo organizar una cadena hotelera? La elección de la forma de gobierno. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*(37), 67-95. Recuperado el 1 de Agosto de 2016
- FORETICA. (21 de Julio de 2016). *Forética, Liderazgo Responsable*. Obtenido de www.foretica.org/recursos/conocimiento/
- Gallardo-Vázquez, D., & Sánchez-Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la RSE en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*(38), 14-31. Recuperado el 24 de Agosto de 2016
- García, P., & Rodríguez, I. (2012). ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA CORPORATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO DE CASOS. *Cuadernos de Turismo*, 30, 145-164. Recuperado el 2016 de Junio de 22
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la Responsabilidad Social Corporativa. *Veritas*, II(17), 205-224. Recuperado el 11 de Julio de 2016
- Guerra, A., & Fernández, E. (15 de Agosto de 2011). Empresas turísticas en España: ¿Socialmente responsables? *Revista de Cultura e Turismo*, 43-60. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/379/385>
- Hahn, R. (13 de Septiembre de 2012). ISO 26000 and the Standardization of Strategic Management Processes for Sustainability and Corporate Social Responsibility. *Business Strategy and the Environment*(22), 442-455. doi:10.1002/bse.1751
- Hernández, J. (2009). *Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos: historia de una asimetría normativa. De la responsabilidad social corporativa a las redes contrahegemónicas transnacionales*. Madrid: Hegoa. Recuperado el 24 de Agosto de 2016
- IRSE. (21 de Julio de 2016). *Instituto del Responsabilidad Social del Ecuador*. Obtenido de www.irse-ec.org/fundamentos-del-irse
- Mababu, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del trabajo y las Organizaciones*, 26(2), 101-104.
- Marí, J. (2016). La responsabilidad social medioambiental, análisis jurídico de la directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental: quién contamina paga. Diferencia con la responsabilidad social. *Revista Boliviana de Derecho*(21), 254-273. Recuperado el 16 de Junio de 2016
- Marin, L., Ruiz, S., & Rubio, A. (2008). The role of Identity Saliency in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, 84, 65-78.
- Martí, E. (2004). Características del poder y la rentabilidad en una almazara cooperativa: teoría de agencia versus teoría del servidor. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*(83), 33-49.

- Martos, M. (2011). La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera. *Turismo y Sociedad*, 11, 169-184. Recuperado el 28 de Abril de 2016
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy Of Management Review*, 26(1), 117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D., & Wright, P. (Enero de 2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43, 1-18. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa : una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, 2(65), 50-67.
- Ministerio de Turismo. (06 de Mayo de 2015). *Turismo en cifras-Portal*. Recuperado el 09 de Mayo de 2016, de <https://www.flickr.com/photos/132878509@N03/17390789252/>
- Montero, M. (2012). La responsabilidad social y la norma ISO 26000. *Formación gerencial*(1), 102-119. Recuperado el 27 de Julio de 2016
- Nuñez, J., & Valarezo, K. (2012). RSC: Reputación, Sostenibilidad, Compromiso. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 61-66. Recuperado el 11 de Julio de 2016
- Reinert, F., & Barbosa, M. (2015). Responsabilidad social corporativa en el sector turístico. Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina-Brasil). *Estudios y perspectivas en Turismo*, 264-278.
- Rivas, P. (2012). *Estructuras de propiedad y gestión en el sector hotelero (tesis doctoral inédita)*. Les Illes Balears: Universitat de les Illes Balears. Recuperado el 23 de Agosto de 2016
- Sánchez, I., Hernández, G., Hernández, V., & Oliva, G. (2012). Gestión ética y la responsabilidad social en las comunidades. *Multiciencias*, 12, 186-190. Recuperado el 17 de Junio de 2016
- Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de literatura. *Revista de Análisis Turístico*(3), 27-44. Recuperado el 23 de Agosto de 2016
- Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(63), 434-456. Recuperado el 17 de Junio de 2016
- Toro, D. (Diciembre de 2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- United Nations Global Compact. (6 de Mayo de 2016). *United Nations Global Compact*. Recuperado el 31 de Mayo de 2016, de https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=51&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_field%5D=joined_on&search%5Bsort_direction%5D=asc
- Vaca, R. (2012). *Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas: factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias (tesis doctoral inédita)*. Huelva: Universidad de Huelva. Recuperado el 03 de Mayo de 2016

Whetten, D., Rands, G., & Godfrey, P. (2002). What are the responsibilities of business to society? *Handbook of strategy and management*, 373-408.