

ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y FORMACIÓN PROFESIONALAUTORES: Silvia Patricia Vargas Verdezoto¹Susana Karina Ruiz Luque²María Antonieta Vargas Santillán³DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: paty_ja14@hotmail.com

Fecha de recepción: 19-09-2017

Fecha de aceptación: 13-11-2017

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial se define como la relación audible de la organización con los valores éticos, que dan sentido humano al desempeño, equilibrando el crecimiento económico y el bienestar social con una imagen corporativa positiva al implementar el bienestar institucional y garantizar su permanencia y consolidación en el ámbito empresarial y en el entorno comunitario. La formación de valores éticos y de responsabilidad social empresarial desde la universidad es un reto de este contexto educativo, evaluado como análisis sistémico y crítico expresión del desempeño organizacional corporativo, abordado desde la deontología, los factores morales que guían la conducta humana y el comportamiento de las personas jurídicas, transferidos a un actuar modificable al cumplimiento de las exigencias sociales. Las empresas no son organizaciones filantrópicas, su génesis y teleología están encaminadas a producir rentabilidad, el interés de lucro es quien las mueve a la actuación, la responsabilidad social empresarial y la dimensión ética intervienen para producir un cambio de paradigma, crea, maximiza y trasforma el interés de un grupo en utilidad universalizable que cree beneficios para todos al reforzar el bienestar general.

PALABRAS CLAVE: Ética; Responsabilidad Social Empresarial; Economía; formación universitaria.

ETHICS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFESSIONAL TRAINING**ABSTRACT**

Corporate Social responsibility is defined as audible relationship of the organization with the ethical values that give human consciousness to the performance, balancing economic growth and social welfare with a corporate image positive when implementing the institutional welfare and ensure its permanence and consolidation in the business field and in the community environment. The formation of ethical values and corporate social responsibility from the University is a

¹ Ingeniera en Telecomunicaciones con mención gestión empresarial. Magister en Administración de Empresas. Docente en el Instituto Tecnológico Superior de Babahoyo. Ecuador.

² Ingeniera en Empresas y Administración de Negocios. Docente en el Instituto Tecnológico Superior de Babahoyo. Ecuador. E-mail: kariruiz_2012@hotmail.es

³ Licenciada en Comercio y Administración. Magister en Docencia y Currículo. Docente en el Instituto Tecnológico Superior de Babahoyo. Ecuador. E-mail: mariavargasantillan1964@gmail.com

challenge of this educational context, evaluated as systemic analysis and critical expression of corporate organizational performance, approached from the ethics, moral factors that guide human behavior and the behavior of legal persons, transferred to a modifiable Act in compliance with the social demands. Firms are not philanthropic organizations, its genesis and teleology are aimed at producing profitability, the interest of profit is who moves them to action, corporate social responsibility and the ethical dimension involved to produce a paradigm shift, creates, maximizes and transforms the interest of a group in a universalizable utility which creates benefits for all to enhance the general welfare.

KEYWORDS: Ethics; Corporate Social responsibility; economy; University education.

INTRODUCCIÓN

Milton Friedman en su obra *Dinero y desarrollo económico* (1973) visualiza la gestión y la responsabilidad social empresarial como contentiva de una finalidad única, incrementar los valores de los accionistas, esa fórmula del liberalismo del cual es el uno de sus representantes, desata una polémica que se mantiene y evoluciona hasta el presente.

El mercado constituye un mecanismo necesario para la promoción y desarrollo de la sociedad, pero este por sí solo no es suficiente, sus esencia reduccionista y discriminatoria hace que la sociedades y especialmente el mundo empresarial se apropie de otros elementos relacionados con valores de alta prevalencia, que aseguren una dimensión ética como teleología empresarial.

Para la formación desde la universidad de estos valores los autores parten del principio de que las organizaciones empresariales gestionan recursos sociales que componen patrimonio universal, y por lo tanto es moral que retribuyan a la sociedad beneficios por esta gestión que aporta de sus utilidades a las comunidades donde se desarrollan.

La Responsabilidad Social es una exploración colectiva mundial para definir y practicar una nueva filosofía de gestión de las organizaciones, entendida como administrar la oportunidad de organizar, trabajar y convivir juntos, hacer viables las acciones, duraderas las instituciones, habitable nuestro mundo.

La intervención desde la enseñanza se convierte en una necesidad que atempera la actuación formativa a nuevas exigencias, que propenden a la búsqueda de soluciones comprometidas con esta nueva realidad, constituyendo un eje de desarrollo transversal de aquellas carreras relacionadas con el emprendimiento empresarial, gestión pública y de las ramas económicas. (Batista Hernández, Valcárcel Izquierdo, Real Zumba, & Albán Navarro, 2017)

La responsabilidad es un valor consustancial a la existencia humana, La hipercomplejidad de los intercambios sociales a nivel mundial y los efectos globales de toda la actividad humana acumulada en siglos, empiezan a dar muestras de insostenibilidad a nivel del conjunto, tanto en el contexto social como ambiental. Edgar Morin el artífice de la comprensión compleja lo resume todo en una llamativa metáfora: “Estamos en un Titanic planetario”

La magnitud del problema transgrede el ámbito político, compete también a las ciencias administrativas y su incapacidad de manifestar soluciones a los nuevos problemas los cuales aborda, al desafiar la interpretación y limitar su comprensión con los métodos de ayer.

El desarrollo de estos valores formativos en Ecuador no puede limitarse a la labor de pregrado, se hace necesario entonces extenderla a la atención posgraduada o formación continua,

especificando la situación particular del país. La correspondencia de la actividad universitaria con las demandas sociales como finalidad de la universidad ecuatoriana.

Las empresas transnacionales y las pequeñas y medianas empresas nacionales comienzan un tardío avance hacia la configuración de este posicionamiento, visto más como mandato constitucional que como oportunidad, existen capacitaciones y las primeras manifestaciones que apuntan a la aparición y extensión de esta figura en el entorno empresarial ecuatoriano.

La realidad presente es la falta de personal competente en Responsabilidad Social Empresarial, las normas y procedimientos están llenos de inexactitudes y de defectos; generando un resultado contrario donde la población critica su accionar que en la mayoría de los casos confunden Acción Social con Responsabilidad Social.

De esta realidad la universidad no puede desentenderse, el desarrollo del nuevo profesional implica desentrañar los códigos que desde el futuro inmediato le envían, expresión de un reclamo formativo que exige cimentar competencias que superen los arcaicos alegorismos y favorezca la creatividad y el compromiso.

Este artículo indaga y realiza un acercamiento a un fenómeno recurrente en la literatura empresarial contemporánea, busca desligarse de los abordajes tradicionales al determinar cómo los elementos de la ética moldean y transfieren su componente axiológico, presente y futuro, a la responsabilidad social empresarial y como desde la universidad se contribuye a este desarrollo.

- a) Estos resultados son fruto de un estudio de corte teórico y proyectivo desde donde se utilizan los siguientes métodos:
- b) Analítico - Sintético: se empleó en el estudio de los objetivos, contenidos y en la búsqueda de la esencia del desarrollo de la responsabilidad social empresarial, así como la aproximación a las principales teorías que las fundamentan.
- c) Histórico-lógico: se empleó en el análisis de las principales tendencias históricas y el comportamiento actual de la ética y su relación con la responsabilidad social empresarial, así como el análisis prospectivo de las demandas de la sociedad en el futuro inmediato y sus exigencias formativas desde la universidad.
- d) Análisis documental: se utilizó para valorar diferentes fuentes de información para el estudio de la situación actual de la formación ética desde la universidad y su vinculación con la responsabilidad social empresarial y los valores que se desprende de este proceso económico- social.

DESARROLLO

La Universidad ecuatoriana, cumpliendo la misión de formación integral a los que pasan por sus aulas, ha de dar respuesta a la urgente necesidad de contar con personas que reivindiquen la actuación en el ejercicio de su profesión desde el deber con los otros y con su entorno.

Partiendo de lo anterior, se requiere de una reforma universitaria, sin olvidar que el proceso puede ser gradual y empezar por cambios organizacionales sencillos. Además, muchos de los elementos de la reforma de responsabilidad social están ya presentes en la mayoría de nuestras Universidades como por ejemplo la investigación interdisciplinaria, la articulación en ciertos cursos de la docencia con la proyección social, el desarrollo de los métodos pedagógicos del Aprendizaje basado en Problemas y el Aprendizaje Basado en Proyectos.

Batista N, Ortiz W, Estupiñan J, en un artículo publicado por la revista *Didasc@lia*, Las tunas, 2017, plantean al referirse al emprendimiento empresarial: “Emprender es una cualidad humana que posibilita al individuo construir universos deseables, es el reflejo de su condición superior, es la expresión de su evolución y existencia, marcada por la intención reiterada de superarse.” (Hernández, Aguilar, & Ricardo, 2017)

Las organizaciones empresariales tienen que mostrar responsabilidad en su actuar, certeza de esa capacidad humana superior, es un hecho el olvido de algunas empresas en administrar y gestionar los efectos colaterales de sus actividades en el entorno, certidumbre de la falta de proactividad de las corrientes administrativistas y de sus ciencias colaborativas como el derecho y la ética.

Desde la perspectiva económica las extensiones colaterales de las transacciones económicas se llaman “externalidades”, y éstas no se gestionan ni se administran, desertan de la visión lineal de algunas empresas y quedan regida por el imperio de la suerte.

Abandonar por axioma lo que no incumbe bajo el principio de la libre competencia y las leyes ciegas del mercado los lleva a considerar que las organizaciones como sistemas de autoafirmación, autistas para con su entorno, generadoras de externalidades no administrables.

La convicción de la sostenibilidad, la sustentabilidad y la Responsabilidad Social desafían las necesidades mentales de nitidez y obligan a desprenderse de muchos lugares comunes, en los que se suele recrear las certezas.

En un mundo, global e interconectado, las organizaciones empresariales se encuentran ante la demanda de responder de sus actuaciones en la sociedad, para la implementación de estrategias vinculadas a la Responsabilidad social corporativa o empresariales (RSC) que en varias ocasiones han sido políticas mediáticas o de limitado alcance.

Esto ha generado un vacío de contenido y una trivialización del concepto de RSC, ante lo que algunos autores han creado nuevos conceptos como la Creación de Valor Compartido o la Sostenibilidad Corporativa, que no pretende pero crea, aún más confusión.

La ética corporativa ha traspasado los estrechos márgenes que en su momento trazó la conceptualización tradicional que lo abordaba desde el estricto cumplimiento de las exigencias legales, deriva hacia un compromiso ético sustentados en los valores.

El espectro de la ética empresarial se ha prolongado más allá de las relaciones de las empresas con sus empleados, o la forma como cumple con los mandatos implícitos en los ordenamientos jurídicos, está presente en la actitud responsable, correspondiente a su actuación, su desenvolvimiento y relación con el entorno.

Este fenómeno se ha producido dentro de una alta dinámica, que provoca que la universidad ecuatoriana no alcance a apropiarse de la correspondencia entre sus aulas y la demanda de la realidad social, retrasando su reacción sin una justificación real, o evidenciando la necesidad de cambios sustanciales en el modelo educativo y en el servicio de formación que presta.

La educación en valores debe coadyuvar a la tendencia que recluye de la personalidad a integrar, propiciando la armonización de los factores internos y externos y a la autonomía de ésta, es decir, a la autorregulación sobre la base de fines conscientes, lo que está por supuesto, en interacción y en dependencia de la realidad social.

La formación universitaria en valores conforma la esencia del modelo de representaciones personales, constituyen el contenido del sentido de vida, y de la concepción del mundo, permiten la comprensión, la interpretación y la valoración del sujeto y brindan la contingencia de definir el proyecto de vida, integrado por objetivos y finalidades para la actividad social.

Desde el punto de vista empresarial los valores éticos deben significar los compromisos de una organización y reflejar la forma de cómo se establecen los vínculos con los clientes internos y externos. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, la participación, el respeto, la transparencia y la apertura.

La demanda ética implica descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, viabiliza que su gestión encadene desarrollo y bienestar económico- social en los lugares donde radica su encargo, al posibilitar un beneficio mutuo desarrollador de sinergias locales.

La definición de responsabilidad social corporativo o empresarial ha evolucionado en la medida que la perspectiva ética ha asumido una mayor preponderancia en esta concepción, algunos acercamientos a la responsabilidad social empresarial producen constructos acertados de la nueva exigencia:

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra: “La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza: “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”

Verduzco (2006), la perspectiva más difundida internacionalmente es la que identifica la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con el desempeño corporativo, entendido como el papel que deben desempeñar las empresas en beneficio de sus respectivas comunidades donde desarrollan su actividad económica.

Lindbaek, En términos más generales la responsabilidad social corporativa puede describirse como la responsabilidad que la corporación o la compañía tiene o asume frente a la sociedad en general y la comunidad en lo específico.

El análisis de esta y otras definiciones reflejan la existencia de dimensiones fundamentales, primero la interna que desarrolla la relación de la organización empresarial con los trabajadores, segunda la vinculación con la sociedad, tercero la proyección medio ambiental y como cuarto la actuación ética que recorre transversalmente las tres restantes y las condiciona.

La relación de estas dimensiones como componentes de la responsabilidad social empresarial es sistémica, se nutre y combina de forma eficaz. Las dimensiones de la responsabilidad social empresarial funcionan como una organización compleja y coherente, en la cual cada elemento cumple una función, dispone un orden, involucran una lógica de relaciones, que dan plenitud al conjunto y lo distinguen, al encausar y complementar el desarrollo que da lugar a un compromiso social ético.

La ética es la rama de la filosofía que estudia lo correcto o equívoco del comportamiento humano, argumenta racionalmente la justificación de un sistema moral, determina cómo se ha de aplicar ulteriormente a nivel individual y su desenvolvimiento a nivel social.

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada ocupada en el estudio de las normativas del ambiente moral que se esbozan en el mundo de los negocios, la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones técnicas-comerciales y el comportamiento de sus elementos vivos.

No se puede separar el componente humano de la ética de las organizaciones por su oportuna esencia concurrente, pero la ética empresarial tiene sus propios parámetros apela al equivalente organizativo- funcional; procesos que determinan las decisiones y comportamientos de los sistemas empresariales en su entorno.

El que una organización deba responsabilizarse por el resultado de su actividad no es nuevo, Lo que es nuevo es la conciencia social de que esa responsabilidad corporativa existe y debe materializarse más allá del alcance de las normas jurídicas, superar cuestiones formales como, la no inclusión en una ley de la protección del bien afectado o cuando el procedimiento de reparación judicial es tan ineficaz que resulta inviable.

Por lo tanto la ética propende a la creación de una nueva conciencia empresarial que afianza la credibilidad social, lo que se logra al satisfacer los derechos de todos los grupos de interés como son los accionistas, propietarios, trabajadores, clientes, proveedores, la empresa y la sociedad determina una unidad de beneficios mutuos, sustentables y sostenibles.(Hernández, Villalva, & Alcívar, 2016)

Toda organización con fines de lucro en el mundo posmoderno debe poseer, además de activos tangibles, un tipo de activo que representa una ventaja competitiva medular, que se consideran activos intangibles, dentro de ellos juega un papel fundamental la credibilidad, la confianza y el prestigio; alimentado y retrotraído por la ética social empresarial.

La cultura empresarial se conoce a través de los hechos y de su narrativa, las empresas fabulan su historia que se vende a un precio mejor que sus productos, construyen esta narrativa creíble a partir de su actividad ética y la utilizan como plataforma para lanzar sus productos y servicios, la formación profesional desde la universidad debe apostar por desarrollar ese saber creativo e innovador en los nuevos egresados.

La ética de las empresas propicia las buenas prácticas de ahí que los autores consideren que la ética desde la angosta perspectiva financiera es una ingeniería básica en la rentabilidad empresarial, la ética genera confianza de los clientes internos y externos, funda prestigio y construye resiliencias que convergen en un factor de bienestar facilitador de la innovación y el cambio.

Las empresas no son organizaciones filantrópicas, su génesis y teleología están encaminadas a producir rentabilidad, el interés de lucro es quien las mueve a la actuación, la responsabilidad social empresarial y la dimensión ética intervienen y producen un cambio de paradigma, crea, maximiza y trasforma el interés de un grupo en un beneficio universalizable que aporta beneficios para todos al resaltar el bienestar general.

Es significativo la búsqueda de legitimación social del sistema empresarial contemporáneo, especialmente en la última década, que ha dado lugar a lo que podríamos nombrar ciudadanía

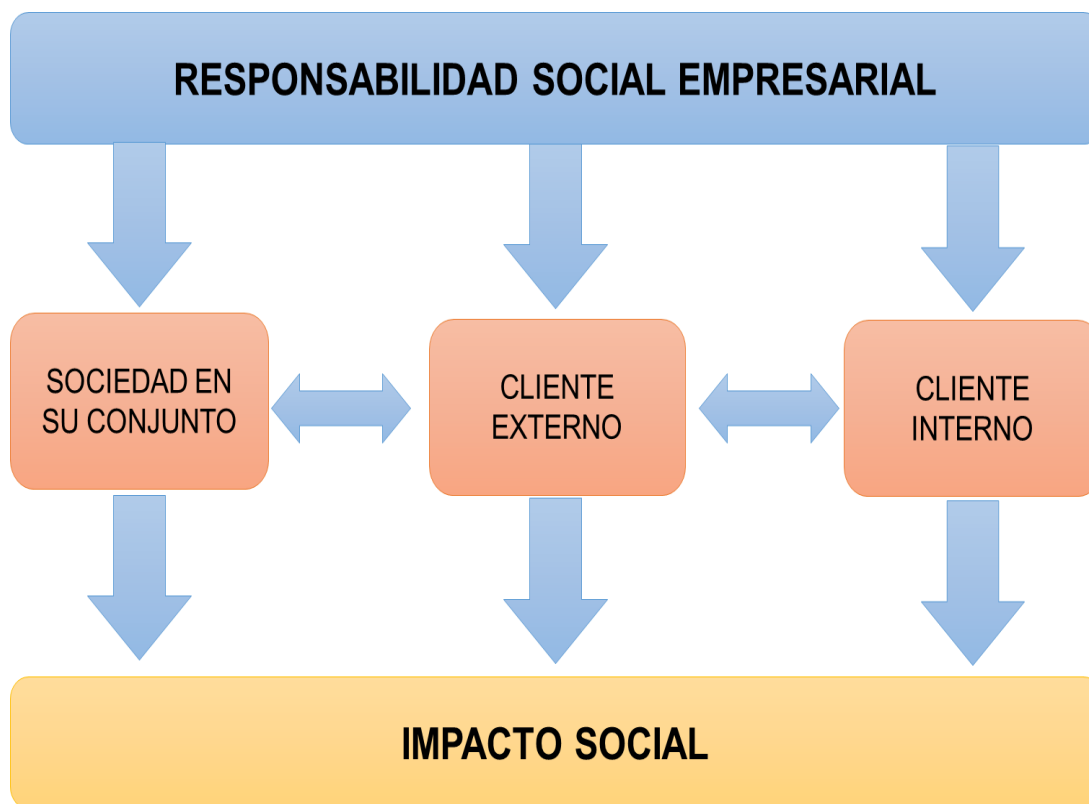
empresarial, su actuación es un imperativo ético y moral de las empresas que da respuestas estratégicas ante las variaciones del entorno global y la necesidad de posesionarse y hacerse creíble para el mercado.

La ética y su vinculación con la responsabilidad empresarial se expresa a través de valores sedimentados, que contribuye a encausar los procesos, contemplados en un gráfico de proceso como elementos de entradas participes de la transformación para agregar valor y que da como resultado una salida cualitativamente superior.

La justicia como finalidad suprema del derecho esta en inclusión en la ética de la responsabilidad corporativa, como fundadoras y sustentadoras de la nueva sociedad ética pluralista y el estado de derecho social que países como el Ecuador refrendan en sus constituciones.

La realidad exige una cualidad de gestión superior que infiere que las empresas y la sociedad pueden tener intereses divergentes pero la empresa tiene que gestionarlos desde la complejidad y la justicia social para que todos ganen, hace a un lado los intereses minoritarios y prevalece el interés general.

Una visión grafica de cómo se desarrolla el proceso de gestión de la responsabilidad empresarial podría representarse en el siguiente gráfico:



Las empresas y organizaciones son tan efectivas como lo son sus procesos, socialización de la gestión que busca una mayor inclusión de sus empleados como ventajas competitivas, ante nichos de poder, el fraccionamiento y la inercia excesiva de la dirección departamental.

La formación profesional desde la universidad de la responsabilidad social empresarial, debe abocar el desarrollo de cognición y habilidades en los estudiantes que beneficien la concepción

de la misma como un proceso, al facilitar su comprensión y posibilitar una visión horizontal de este complejo fenómeno.

La Gestión por Procesos puede ser conceptualizada como la forma de gestionar toda la organización basándose en los sistemas, definidos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos sociales.

La ventaja de visión y gestión de la Responsabilidad social como un proceso es que racionaliza y objetiva la actuación de la empresa, posibilita aglutinar y concentrarse en los parámetros que midan la actuación en la solución de las necesidades y aporta un valor que proviene de la actuación organizacional responsable.

Todo el constructo debe habilitarse desde el desarrollo profesional universitario, al desarrollar competencias en los futuros profesionales que coadyuven a la comprensión de la actuación ética responsable, al compromiso con la sustentabilidad y la sostenibilidad de los emprendimientos, al manejo de procesos y a la gestión de la complejidad que se funda en la relación del sistema empresarial y la demanda social.

CONCLUSIONES

La responsabilidad es un valor, expresión de la correspondencia y la pertinencia social de las organizaciones con fines de lucro con su entorno y los seres humanos que la integran, es la manifestación de la voluntad de las personas jurídicas proveen actuaciones enfocadas a un compromiso ético sustentados en los valores.

Las empresas han invadido gradualmente esferas protagónicas de la responsabilidad dentro del ámbito social, más allá de su propia actividad económica, en una creciente tendencia de búsqueda de legitimación social dando lugar a lo que podríamos nombrar ciudadanía organizacional empresarial, su actuación es un imperativo ético y moral de las empresas que da respuestas estratégicas ante las variaciones del entorno global.

La formación de la responsabilidad social empresarial desde la universidad factibiliza la coincidencia de la demanda social con la actuación educacional superior, brinda herramientas al nuevo profesional, proporcionándole alternativas de actuación oportunas, al forjar la habilidad de transferir y concebir esta actuación ética como el valor agregado de las organizaciones empresariales a la sociedad; valía que representa una inversión pues en mediano o largo plazo se convierte en posicionamiento y fuente de ventajas competitivas para la corporación.

La ética empresarial favorece las buenas prácticas puede afirmarse que desde la visión financiera constituye una ingeniería básica en la rentabilidad empresarial, la ética genera confianza de los clientes internos y externos, funda prestigio y construye resiliencias que convergen en un factor de bienestar facilitador de la innovación y el cambio.

La formación ética de los profesionales tiene que convertirse en un objetivo estratégico de la universidad ecuatoriana, implica preparar a los profesionales para desplegar formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, viabilizar que la gestión empresarial encadene desarrollo y bienestar económico- social en los lugares donde radica su encargo, al posibilitar un beneficio mutuo desarrollador de sinergias locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Batista Hernández, N., Valcárcel Izquierdo, N., Real Zumba, G., & Albán Navarro, A. D. (2017). Desarrollo de la competencia de emprendimiento; una necesidad en la formación integral del estudiante. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 5(1).
- Carneiro Caneda, M. (2004). "La responsabilidad Social Corporativa Interna". Esic, Madrid, 2004.
- Chroeder, D. (2002). "Ethics from the top, Management and ethical business", *Business Ethics -A European Review*. Oxford: Blackwell Publishers: Vol 11 (2002) pp. 260-267
- Comunicación De La Comisión Europea. (2011).Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.
- Doménech Mele, Alfredo Pastor y Juan Antonio Pérez López (2016), La aportación de la empresa a la sociedad Biblioteca IESE de Gestión de empresas, Ediciones Folio, Barcelona.
- Fundación empresa y sociedad La empresa que viene. Responsabilidad y acción social en la empresa del futuro editorial Fundación Empresa y Sociedad, Madrid, 2001
- Glück, Alois. (2002). Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano. Quito: INDESIC.
- Hernández, N. B., Aguilar, W. O., & Ricardo, J. E. (2017). EL DESARROLLO LOCAL Y LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA PEDAGÓGICA DE EMPRENDIMIENTO. UNA NECESIDAD EN EL CONTEXTO SOCIAL DE CUBA. *Revista Didasc@ lia: Didáctica y Educación*. ISSN 2224-2643, 8(5), 213-226.
- Hernández, N. B., Villalva, I. M., & Alcívar, G. C. I. (2016). RESPONSABILIDAD SOCIAL, POBREZA, DERECHO AMBIENTAL Y NATURALEZA. *Revista Magazine de las Ciencias*. ISSN 2528-8091, 1(2), 01-06.
- Jannik Lindbaek. (2003). Capital Social, Ética y Desarrollo. Los desafíos de la gobernabilidad democrática, caracas.
- Milton Friedman (1973). *Dinero y desarrollo económico*. Chicago, Universidad de Chicago.
- Morin, Edgar, (1990), *Introducción al Pensamiento Complejo*. 2001, 4ª reimpresión, 1º ed. Gedisa, Barcelona.
- Schroeder, D. (2002). "Ethics from the top, Management and ethical business", *Business Ethics -A European Review*. Oxford: Blackwell Publishers: Vol 11 (2002) pp. 260-267
- Sheeder, Frank E. (2005). "What Exactly is "tone at the top" and is it really that a big deal?". *Journal of Health Care Compliance*. May-June, 2005, pp. 35.

