

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
UNIVERSIDAD DE POSTGRADO DEL ESTADO**

**Trabajo de Titulación para obtener la Maestría Profesional
en Gerencia de Empresas Públicas**

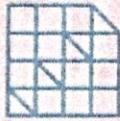
TÍTULO

**La Gestión de la Empresa Pública Ecuador
Estratégico en la Provincia de Napo: Responsabilidad
Social o Filantropía**

Autor: Luis Euclides Huilcapi Jiménez

Directora: Dra. Andrea Carrión Hurtado

Quito, septiembre de 2018



No.106-2018.

ACTA DE GRADO

En la ciudad de Quito, a los veinticinco días del mes de septiembre del año dos mil dieciocho, **LUIS EUCLIDES HUILCAPI JIMÉNEZ**, portador del número de cédula: 1500783384, **EGRESADO DE LA MAESTRÍA EN GERENCIA DE EMPRESAS PÚBLICAS (2015-2017)**, se presentó a la exposición y defensa oral de su Artículo Científico, con el tema: **"LA GESTIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA ECUADOR ESTRATÉGICO EN LA PROVINCIA DE NAPO RESPONSABILIDAD SOCIAL O FILANTROPÍA"**, dando así cumplimiento al requisito, previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN GERENCIA DE EMPRESAS PÚBLICAS**.

Habiendo obtenido las siguientes notas:

Promedio Académico:	8.65
Artículo Científico Escrito:	7.75
Defensa Oral:	7.94

Nota Final Promedio: 8.24

En consecuencia, **LUIS EUCLIDES HUILCAPI JIMÉNEZ**, se ha hecho acreedor al título mencionado.

Para constancia firman:

Mgs. Carlos Paladines.

PRESIDENTE Y MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dr. Santiago Illescas.

MIEMBRO

Abg. Ximena Carvajal Chiriboga.

Directora de Secretaría General

De conformidad con la facultad prevista en el estatuto del IAEN CERTIFICO que la presente es fiel copia del original

Fojas 111

Fecha **25 FEB 2019**

Secretaría General



Autoría

Yo, Luis Euclides Huilcapi Jiménez, con CC 1500783384, declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo, así como los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de absoluta responsabilidad de el/la autor/a del trabajo de titulación. Asimismo, me acojo a los reglamentos internos de la universidad correspondientes a los temas de honestidad académica.

Firma:


LUIS HUILCAPI

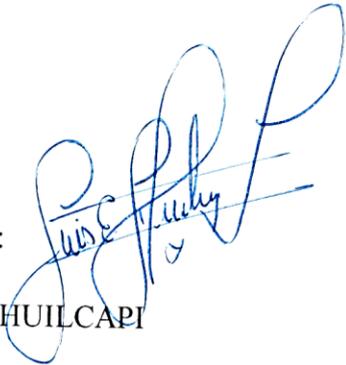
CC: 1500783384

Autorización de publicación

Autorizo al Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) la publicación de este trabajo de titulación, de su bibliografía y anexos, como artículo en publicaciones para lectura seleccionada o fuente de investigación, siempre dando a conocer el nombre del autor y respetando la propiedad intelectual del mismo.

Quito, 25 de septiembre de 2018

Firma:


LUIS HUILCAPI

CC: 1500783384

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial, ha tomado de manera significativa un lugar importante en las organizaciones a nivel mundial, desarrollándose como un movimiento social y corporativo de la compleja reestructuración de los negocios en la sociedad. En el Ecuador la RSE se aplica de formas voluntaria, progresiva y busca garantizar el crecimiento económico, social y ambiental de las empresas. El objetivo del estudio, es discernir sobre si se aplica responsabilidad social o filantropía en la Empresa Publica Ecuador Estratégico (EEEP) por medio de la aplicación de la encuesta ETHOS. La evaluación de la responsabilidad social, se realizó en base a las directrices propuestas por la organización ETHOS, en este sentido, se identificaron los *stakeholders* internos y externos, se realizó una inducción a estos sobre la Responsabilidad Social, se aplicó la encuesta, y se procesaron los datos en la plataforma de la organización ETHOS, en total, fueron 15 participantes entre personal de la empresa y representantes de las comunidades beneficiadas, igualmente se aplicó una encuesta de percepción de Responsabilidad Social, a los *stakeholders* externos, los cuales, representaron a ocho comunidades beneficiadas. Tras la aplicación de la encuesta, se encontró que en la EEEP se da una aplicación efectiva de varios criterios de responsabilidad social y no se encontraron indicios contextuales que indiquen una práctica filantrópica de esta, un 43,85% de los indicadores evaluados están en las etapas iniciales de aplicación de Responsabilidad Social, y 6,3%, se encuentran en la etapa 5 (Mayor aplicación), la evaluación de la percepción de los *stakeholders* mostró deficiencias en la divulgación de las políticas de Responsabilidad Social en la Comunidad. La EEEP, se adapta a la aplicación de políticas de Responsabilidad Social, y no tiene una concepción filantrópica de la misma.

Palabras clave: Responsabilidad social, filantropía, *stakeholders*, Ethos, comunidad, ética.

Summary

Corporate Social Responsibility has taken significantly an important place in organizations around the world developing as a social and corporate movement of business in our society. In Ecuador, CSR is applied in a voluntarily and progressive way, it has the purpose of ensuring the economic, social and environmental growth of companies. The objective of the studies is to discern whether social responsibility or philanthropy is applied as Strategic Ecuadorian Public Company (EEEP) by applying the ETHOS survey application. The evaluation of social responsibility was carried out based on the ETHOS guidelines organization. In this sense, internal and external stakeholders were identified in order to do an induction on Social Responsibility. The survey was applied, and the data was processed in the platform of the ETHOS organization. Totally, there were fifteen participants among the company 's personnel and the representatives of communities which are benefited. The same way, it was applied a Social Perception of responsibility survey to the external stake holders which represented to eight benefited communities. As the result of the survey application shows the EEEP is an effective application of several social responsibility criteria and no contextual indications were found that indicate a philanthropic practice of this, 43.85% of the evaluated indicators are in the Initial stages of application of Social Responsibility, and 6.3%, are in stage 5 (Greater application), the assessment of stakeholders perception showed deficiencies in the dissemination of Social Responsibility policies in the Community.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión de la Dra. Andrea Carrión a quien me gustaría expresar mi más profundo agradecimiento, por hacer posible la realización de este artículo.

A mi esposa Hayde López, a mi hijo hermoso Alejandro Sebastián por estar cada momento junto a mí y por ser parte del esfuerzo y dedicación que implicó lograr alcanzar esta meta.

A mi madre le agradezco el estar siempre conmigo, en mi mente, mi corazón y acciones. Usted es parte de este sueño, que el día de hoy se hace realidad sé que estará muy orgullosa de ver el hombre que creo y al que le dio la vida.

A Dios, por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que ha trazado para mí.

A mis maestros, que compartieron conmigo sus conocimientos para convertirme en un profesional, por su tiempo, dedicación y por su pasión por la actividad docente.

Tabla de contenidos

Autoría.....	iii
Autorización de publicación.....	iv
Resumen.....	v
Summary.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Listado de tablas e ilustraciones.....	ix
1. Introducción	1
2. Estado del arte sobre la responsabilidad social.....	4
2.1. Orígenes del concepto de responsabilidad social.....	4
2.2. La perspectiva de los <i>stakeholders</i> en las empresas privadas.....	5
2.3. La filantropía en la responsabilidad social.....	9
2.4. Enfoques actuales de la responsabilidad social.....	10
2.4.1. Enfoque estratégico-instrumental.....	10
2.4.2. Enfoque ético-normativo.....	11
3. La responsabilidad social en la Empresa Pública Ecuador Estratégico	15
3.1. La Empresa Pública Ecuador Estratégico.....	15
3.2. Evaluación de la responsabilidad social de EEEP en la Provincia de Napo	21
3.2.1. Evaluación mediante los indicadores Ethos.....	21
3.2.2. Consideraciones metodológicas en la selección de la muestra	23
3.2.3. Percepción de los stakeholders externos de las políticas de responsabilidad social asumidas por la EEEP	25
4. Resultados de la evaluación interna y externa de la responsabilidad social	27
4.1. Evaluación interna de la Responsabilidad Social.....	27
4.2. Evaluación externa de la Responsabilidad Social.....	30
4.3. Análisis de los resultados de la encuesta Ethos aplicada al caso de Ecuador Estratégico E.P. en la Provincia de Napo	34
5. Conclusiones y Recomendaciones.....	39
Bibliografía.....	41

Listado de tablas e ilustraciones

TABLAS

Tabla 1. Evolución de la conceptualización de la Responsabilidad Social.	6
Tabla 2. Montos de inversión por parte del Estado en las diversas áreas de interés dentro de la provincia de Napo en el periodo 2015-2017	20
Tabla 3. Estructura de la encuesta Ethos.....	23
Tabla 4. Evaluación de los indicadores en las distintas etapas de la Responsabilidad Social, según Indicadores Ethos.....	28

ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Panorama general de la Norma ISO 26000. Fuente: ISO (2010)	8
Ilustración 2. Estructura organizacional de Ecuador Estratégico EP.	17
Ilustración 3. Ubicación de concesiones mineras metálicas y no metálicas en la Provincia de Napo.....	18
Ilustración 3. Inversión de recursos provenientes de los ingresos mineros en la Provincia de Napo desde el 2012 al 2015 (en millones de dólares).	19
Ilustración 5. Cantidad de indicadores de Responsabilidad Social evaluados a Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”	28
Ilustración 6. Puntajes obtenidos por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en las dimensiones que conforman la evaluación de los indicadores Ethos, y comparación del resultado de esta empresa con otras que respondieron los mismos indicadores en la plataforma online.	29
Ilustración 7. Puntajes obtenidos por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en los temas que conforman la evaluación de los indicadores Ethos, y comparación del resultado de esta empresa con otras que respondieron los mismos indicadores en la plataforma online.	29

Ilustración 8. Comparación entre la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” y otras empresas, en cuanto a la distribución de los resultados de la evaluación de los indicadores de la escala Ethos.	30
Ilustración 9. Características de la intervención en la comunidad por parte de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” y nivel de conocimiento de la población acerca de esta empresa.....	31
Ilustración 10. Percepción del nivel de mejora de las condiciones económicas y financieras de los pobladores, empresas locales y de la parroquia en general.	32
Ilustración 11. Percepción del nivel de apoyo a redes comunitarias por parte de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”.....	33
Ilustración 12. Percepción de las comunidades beneficiadas del compromiso de la Compromiso que la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” mantiene en materia ambiental en las comunidades intervenidas.....	33

1. Introducción

La Responsabilidad Social (RS) implica que la organización tiene un compromiso implícito con su entorno, que se basa en la procura del mejoramiento de las condiciones que puede afectar a quienes directamente comparten dicho entorno con la empresa, estos pueden ser seres humanos, otras instituciones y el mismo medioambiente (Avendaño, 2013). La responsabilidad social no solo se asocia a la parte privada, la gestión pública en todos sus ámbitos e instituciones se deben a esta responsabilidad considerando que el fin último de este tipo de sistema de gestión, es la creación de un valor público. Sin embargo, a la fecha no hay muchas evidencias bibliográficas o documentales que den cuenta de cómo opera el concepto de “responsabilidad social” por parte de entidades públicas que operan bajo una lógica empresarial.

La responsabilidad social tiene diversas corrientes en cuanto a su definición (Castro, 2013), con una tendencia actual a la diversificación de criterios. Es posible reconstruir una progresión cronológica que parte desde el origen más moderno sobre la responsabilidad social como política empresarial, que concebía tal disposición como una tendencia en esencia más filantrópica (Bowen, 1953; Melé, 1997). Posteriormente, la responsabilidad social evoluciona y resalta la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984). Este enfoque constituye la perspectiva dominante en la actualidad y abarca tres principios básicos que debe asumir cada empresa: Institucional, Organizativo y Personal (Donaldson & Dunfee, 1994).

En Ecuador ha predominado la responsabilidad social en el sector privado, la aplicación es voluntaria, progresiva y busca garantizar el crecimiento económico, social y ambiental de las empresas. Sin embargo, en el sector público, no existe una adecuada información sobre qué actividades de responsabilidad social realizan estas instituciones. La presente investigación aborda este vacío de conocimientos respecto a la tendencia conceptual, además sirve de punto de enlace en el cual, el lector puede encontrar un resumen de las variantes que actualmente condicionan a la Responsabilidad Social.

La aplicación de criterios y prácticas de responsabilidad social es reciente en el Ecuador. Entre los precursores destacan instituciones como el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES) y el Instituto de responsabilidad social Empresarial (IRSE), creadas en 2005. En el caso de CERES, agrupa a empresas tanto públicas como privadas, que están comprometidos en el “...desarrollo sustentable y la

incorporación de la responsabilidad social como parte de su modelo de gestión” (CERES, 2016). Orquera et.al (2014), y Costa et.al. (2015) han realizado revisiones recientes sobre las experiencias de responsabilidad social en Ecuador en lo que respecta a la experiencia y alcances de las empresas que han aplicado en el país.

Por su parte, la concepción más profunda de la administración pública, se fundamenta en la garantía de derechos y la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos en el marco de lo que dicta la Constitución, y en el caso de Ecuador, en lo contemplado en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Sin embargo, no se poseen referencias de cómo y qué medida se aplican los criterios éticos normativos de responsabilidad social a las empresas públicas.

En lo particular, interesa el caso de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico”, creada el 5 de septiembre de 2011, con el Decreto Ejecutivo No. 870 y de acuerdo con el artículo 315 de la Constitución de la República, y tiene por misión ejecutar planes, programas y proyectos de inversión social, sustentados en la redistribución equitativa de los ingresos generados por el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, en las áreas de influencia de los proyectos de los sectores estratégicos del país.

Basado en lo expuesto anteriormente al respecto de la conceptualización de responsabilidad social y, en base a la carencia de información adecuada que permitan evaluar la aplicación de la responsabilidad social en las empresas públicas de Ecuador, se planteó la necesidad de conocer cómo ha sido la gestión en responsabilidad social de la Empresa Pública Ecuador Estratégico desde su creación al 2015. En este sentido, es importante lograr conocer si sus acciones en responsabilidad social se apegan a conductas ético normativas o más bien atienden a tendencias netamente filantrópicas, lo cual, permitió interpretar sus acciones como apegadas a una política de responsabilidad social necesariamente obligatoria de responsabilidad.

Este estudio pretende abrir el camino en cuanto el aporte que pueden generar estas investigaciones en el sector público. En tal sentido, se planteó el objetivo de analizar la gestión de la Empresa Pública Ecuador Estratégico en la provincia de Napo, para identificar si existen procedimientos acoplados al término de las actividades de responsabilidad social durante el período 2011 – 2015.

Para alcanzar esto, se define el término responsabilidad social y su relación con el concepto de filantropía en el marco de la gestión pública, identificando las métricas para evaluar ambos términos. A tal efecto, se utiliza el modelo de Indicadores Ethos, desarrollado por el Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social con sede en Brasil, para evaluar la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (Instituto Ethos, 2016)

El objetivo del estudio, implica conocer cuál es la relación y qué diferencia conceptual se presenta entre el término responsabilidad social y el término filantropía, considerando las particularidades propias del nivel corporativo o empresarial respecto de aquellas aplicables al sector público. De manera complementaria, los objetivos específicos estudian y relacionan las acciones emprendidas por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” para determinar si éstas corresponden al nivel de responsabilidad social o filantropía en la provincia de Napo.

Para lograr esto, la presente investigación asume un enfoque combinado de métodos cualitativos y cuantitativos, enmarcados ambos en un estudio exploratorio y descriptivo de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, en el que se empleó la técnica de la encuesta, y la observación no participante que consiste en analizar de lejos la situación social, y para esto no necesariamente tiene que partir de una realidad inmediata (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2014).

Como instrumento de dicha técnica para la recolección de la información, se empleará la lista de chequeo que propone el modelo de indicadores ETHOS. Esta metodología implica la aplicación de la encuesta a personal directivo de la empresa, o a cualquier otro de sus actores internos, que de alguna manera estén relacionados con la implementación de políticas de responsabilidad social, los resultados de las respuestas son valorados por el mismo encuestado, para que en base a la percepción acumulada de las evidencias suministradas por las respuestas recién recabadas se decida en qué nivel de aplicación de responsabilidad social se encuentra la empresa. Al final, las respuestas recogidas de todas las encuestas aplicadas, son ponderadas a un único criterio, en este caso, representativo de la mayoría de las opiniones recogidas.

Este tipo de trabajo es de vital importancia, ya que no solo representaría una referencia bibliográfica más entre tantas otras que hablan sobre el tema, sino, que al estar orientada a la evaluación de una empresa pública, que además, fue concebida con fines

de responsabilidad social, serviría de importante precedente, y suministraría un herramienta práctica para que se genere una tendencia de autoevaluación y afinamiento de objetivos, que a la larga permiten canalizar las acciones enfocándolas en programas de responsabilidad social más pertinentes y efectivos.

2. Estado del arte sobre la responsabilidad social

Esta sección se centra en las relaciones o diferencias entre la responsabilidad social en la empresa pública y la filantropía. El ahondar sobre sobre el constructo teórico conceptual que enmarcan los mencionados tópicos, servirá de base para entender como la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, integra o no estos postulados dentro de sus posturas estratégicas enfocadas a alcanzar los objetivos esenciales de su misión institucional.

2.1. Orígenes del concepto de responsabilidad social

La Responsabilidad Social (RS), en su manera más resumida, manifiesta la necesidad del compromiso de alguna organización de actuar a favor de la sociedad, o de respetar ciertas leyes, o incluso, de no actuar de determinadas maneras. Según Castro (2013 p.25), esto... “depende del enfoque, de la naturaleza [...] de las necesidades teóricas que la animan. En más de cien artículos consultados [...], aunque coinciden en ciertos componentes fundamentales del concepto [...], no se encuentra una sola definición igual en dos autores diferentes.”

Por su parte, Castro (ídem.), en este respecto también expone que autores como De Bakker et.al, ya hace más de 10 años atrás, en el 2005, revisaron la evolución de la conceptualización de la responsabilidad social Empresarial en los últimos 30 años por medio un análisis bibliométrico. Este análisis permite analizar la variabilidad del concepto en el tiempo (*progression*). Las construcciones teóricas empleadas (*variegation*), y la normalización que ha surgido en torno a este concepto (*normativism*).

Inspiradas por el trabajo de De Bakker, Ferreira y De Moran (2011) actualizaron esta revisión bibliométrica, encontrando que entre 2009 y 2005 entre las diversas revistas totalizadas, se habían publicado 3492 artículos relacionados con la conceptualización de la Responsabilidad Social. No obstante, y pese a la amplia evidencia documental, Castro

(2013) expone que todavía en la literatura no existe un concepto claro del término Responsabilidad Social, para esto argumenta:

En síntesis, es justamente esta evolución del concepto y su carácter dinámico en el tiempo, lo que genera la dificultad de precisar hoy en día una definición de Responsabilidad Social, puesto que se mezclan una serie de fundamentos teóricos que imposibilitan una visión monolítica del concepto. Necesariamente lo que hoy se entiende por Responsabilidad Social es una construcción compleja en la que desembocan reflexiones previas y las necesidades sociales en las estas que se fraguaron (p.15).

Se aprecia en la tabla 1, un constructo de los hitos que principalmente movieron al actual entendiendo del concepto.

Los puntos en común de los *diversos* autores citados en la tabla 1 concuerdan que la definición más adecuada se centra en un enfoque social empresarial, en el cual, se apela por la relación que existe y debe mantener una organización con la comunidad, basando esta, en premisas éticamente aceptables que buscan aportar al entorno una retribución que promueva el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes (Avendaño, 2013).

2.2. La perspectiva de los *stakeholders* en las empresas privadas

La concepción actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se fundamenta en los trabajos de Bowen (1953) y otros autores como Berle y Means (1932), Friedman (1962), Preston y Post (1975), Steiner (1975). En este sentido, Melé (1997) sustenta que en los inicios de aplicación del término de responsabilidad social se asumían los principios “Friedmaniano” que establecían que, dependiendo de función económica de una empresa, esta tenía determinadas responsabilidades que se entrelazaban con las circunstancias sociales más próximas. Según Melé (1997: 4), “aquí las responsabilidades voluntarias son vistas de forma muy marginal y con sentido casi ‘filantrópico’.

Tabla 1. Evolución de la conceptualización de la Responsabilidad Social.

Década 1950	Década 1960	Década 1970	Década 1980	Década 1990	Década 2000
Filantropía, Caridad.	Se desarrollan enfoques relacionados a la conducta o responsabilidades de los empresarios.	Friedman (1970) critica a la RSE y la cataloga como una teoría subversiva.	Según Murillo (2006), Drucker ve a la RSE como una oportunidad de negocios al versus aportes no solo como gastos sino como na posibilidad de desarrollo económico.	Se consolida la preocupación por la ética empresarial (Goodpaster & Ciulla, 1989).	La RSE integra diversas exigencias de la sociedad civil y organismos internacionales como la ONU y la UE.
Se asocia a la responsabilidad social solo a causas religiosas.	Frederick (1960) expone que parte de las ganancias por los negocios deben ser reinvertidos en la sociedad.	Johnson (Johnson, 1971) propone cuatro perspectivas de la conceptualización de RE: Conocimiento del entorno, programas sociables rentables, optimización de los beneficios económicos y sociales y generación de riquezas	Freeman (1984) propone la teoría de los <i>stakeholders</i> .	Cortina A. (1994) y Lozano J. (Lozano, 1999), direccionan al concepto de la ética empresarial a aplicaciones prácticas tangibles.	Porter y Kramer (Porter & Kramer, 2006) proponen la creación del Concepto de RSE “Valor Compartido”.
En 1953, Bowen H, publica el libro “Social Responsibilities of the businessman”, donde comienzan los cuestionamientos formales hacia la RSE.		Carroll (1979) propone cuatro componentes de la RSE, a saber: Responsabilidades económicas, legales, éticas y financieras.		Se robustece el concepto de Ciudadanía Corporativa, la cual, hace referencia a la adecuada conducta de la empresa con sus <i>stakeholders</i> .	

Fuente: Castro, 2013, p.16

En los años 1980, Freeman (1984) establece las bases de lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social. Este autor formuló la teoría de los *stakeholders*, la cual se basa en la necesidad de robustecer las acciones a favor de una variedad de grupo o elementos de interés (gobiernos, organizaciones comunitarias locales, propietarios, defensores del consumidor, clientes, entre otros), que se encuentran por encima de la mera aceptación por parte de la empresa, de responsabilidades sociales, y que, a su vez, esta debe promover acciones constantes y dinámicas en sintonía de los intereses y exigencias de la sociedad.

Donaldson & Dunfee (1994) terminaron de pulir la concepción de la Responsabilidad Social, mediante la propuesta de un enfoque de contrato social con los *stakeholders*, basando en tres principios básicos, a saber: institucional, organizativo y personal. Estos principios destacan que las empresas u organizaciones juegan un papel predominante en las distintas sociedades al hacer destacar a los grupos sociales donde se encuentran asentadas. Además, cada empresa, tiene una responsabilidad intrínseca en la evolución de diversas condiciones sociales, ya que sus actividades impactan de determinadas maneras a su entorno cercano, así mismo, estas empresas, imprime la responsabilidad personal en la figura de los directivos ya que estos tienen el poder de decidir que políticas se aplican o cuáles no.

Desde finales de los años 90 existen varias iniciativas para regularizar e institucionalizar globalmente la Responsabilidad Social. Por ejemplo, la norma ISO 26000 (ISO, 2010), la cual pretende que la responsabilidad social sea asumida a nivel empresarial como una práctica común dentro del esquema de acción organizacional. La *International Organization for Standardization* (conocida por las siglas ISO) se enfoca en normalizar las prácticas y acciones de distintos tipos. La inclusión de estándar ha motivado a que cada vez más empresas lo asuman. A pesar de esto, la norma ISO 26000 es aún una recomendación y en ningún modo es forzado asumirla. En la ilustración 1 se muestra el panorama general de la norma.

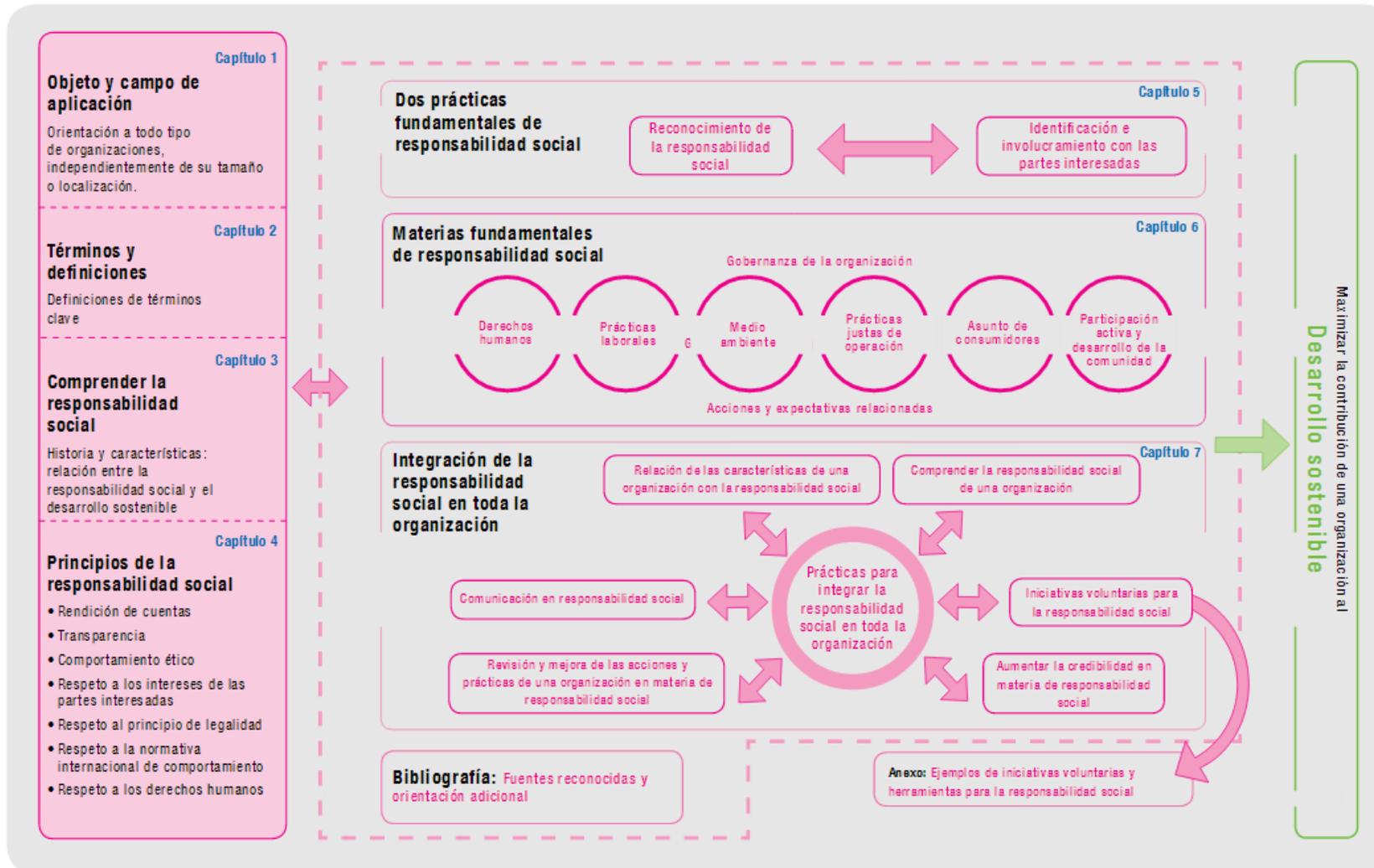


Ilustración 1. Panorama general de la Norma ISO 26000. Fuente: ISO (2010)

2.3. La filantropía en la responsabilidad social

La palabra filantropía proviene etimológicamente del griego *φίλος* (phílos) y *άνθρωπος* (ánthropos), que podría traducirse como amor al hombre o a la humanidad. Si se analiza el contexto expresado por su significado, entendemos por amor como cualquier acto desinteresado, en este caso por el hombre. El término fue creado en la antigua Roma, y se ha asociado con la caridad, es decir, con la ayuda de alguien con la capacidad de ayudar ante determinada situación, pero sin que esta ayuda signifique eliminar las causas del problema que se asiste (Sanborn & Portocarrero, 2008). Según estos autores “en términos históricos, en esta región, el término filantropía ha sido empleado en un sentido más restringido, para referirse a las actividades caritativas de la Iglesia Católica y de las élites económicas dominantes” (*Idem*, p.13). Efectivamente, a través de los siglos, su mayor representante fue la Iglesia quienes por simple caridad asistían a los más necesitados, en una actitud paternalista controlada y limitada.

Desde el punto de vista empresarial, en sus inicios se asumía a la responsabilidad social como una opción voluntaria y casi filantrópica (Melé, 1997). Luego de que Freeman (1984) introdujera los principios actuales de la Responsabilidad Social, se encuentra evidencias en la literatura, de que, desde entonces a la fecha, la tendencia no se ha decantado por asumir una postura en particular dentro de todas las existentes.

Por su parte, autores como Curto Grau (2012) apuntan a una tendencia de la responsabilidad social que implica un beneficio indirecto para la empresa. En este caso, el beneficio puede consistir en la realización de donaciones para sobresalir por sobre la competencia y de esta manera ganar reputación por sobre las demás, logrando así un reposicionamiento en el mercado.

No obstante, la iniciativa de diversos entes como la ISO, por normalizar la Responsabilidad Social, denota una tendencia global a la inclusión de conductas, más acordes con las realidades que rodean las empresas, esto se encamina, mediante la profundización de los requerimientos de los *stakeholders*.

En este sentido, las empresas gubernamentales, dado el propósito intrínseco de su naturaleza social, la cual, no necesariamente se inclina por una doctrina

comercial, debería asumir una postura en la que lo “caritativo” no esté presente debido a que, en sí, estas, no buscan un beneficio comercial sino un apoyo sostenido al mejoramiento de condiciones socio-culturales-ambientales que padecen determinados grupos poblacionales a los cuales puedan considerar como grupo de influencia directa. Sin embargo, en América Latina, este tema todavía no se ha referenciado profundamente, situación que se evidencia en una notable escases de la bibliografía que apunte a este tema en este sector en particular.

2.4. Enfoques actuales de la responsabilidad social

La tendencia a asumir los *stakeholders* como enfoque para orientar las políticas de Responsabilidad Social, o de cómo estas son concebidas y ejecutadas, no ha escapado de la amplia variedad de opiniones y criterios que en la actualidad se matizan sobre el tema, en este sentido, existen al menos dos grandes corrientes, que se basan en parte, en asumir posturas filantrópicas un tanto lucrativas e interesadas, pero que en la teoría buscan una mejor compenetración con el entorno de cada empresa, estos son los enfoques estratégico-instrumental y el ético-normativo.

2.4.1. Enfoque estratégico-instrumental

Según este enfoque, la premisa operativa o estratégica en la que se fundamenta la responsabilidad social, es que tras el análisis del entorno de mercado, cuando se detecta que alguna actividad o situación en particular puede afectar las metas o la condición económica social de los grupos de interés, es entonces cuando la empresa utiliza dichas situaciones para incrementar sus beneficios económicos. Según Volpentesta (2016), este enfoque:

Esconde,...[de manera]... subsumida, la fórmula de Milton Friedman (1970) pero expresada de manera más inteligente y prudente, más políticamente correcta, considerando que si en las estrategias empresarias se tienen en cuenta los intereses de los *stakeholders*, el cuidado del ambiente y se gana en sensibilidad social, esto genera un aumento del beneficio de los accionistas. (p.48)

El planteamiento subyacente es que desde el momento en que las actividades de los grupos de interesados pueden afectar el logro de sus objetivos, las empresas

se plantean la posibilidad de su utilización estratégica con el objetivo de maximizar sus beneficios económicos (Freeman, 2004).

Según Navarro, (2012: 96-97), en este enfoque, a pesar de utilizar como marco conceptual a los *stakeholders*, el fin último de la empresa, y la utilidad que obtienen de aplicar enteramente esta conceptualización no responde a un sincero interés por parte de esta a las necesidades y responsabilidades con los que conforman la mayoría de sus grupos de interés, si no, que esta concepción no concibe razones ni éticas ni morales, solo se enfoca como una estrategia para satisfacer solo a uno de los *stakeholders*, es decir, a los socios y accionistas, al hacer más rentable a la empresa.

Navarro (2012: 97) también apunta, que en el sentido más pragmático de la aplicación de este enfoque, la relación con el resto de los grupos de interés, exceptuando al correspondiente a los accionistas, puede interrumpirse en cualquier momento, luego que se detecte que dicha relación no sea productiva o representen inversiones que la dirección de la empresa pueda considerar como elevadas con respecto a su interés particular de rentabilidad, dado que este enfoque solo persigue ser una estrategia empresarial y no pretende nunca ver a los demás grupos de interés como su razón de ser.

2.4.2. Enfoque ético-normativo

Este enfoque se centra en el cumplimiento de las leyes y el cuidado ambiental, a través de un comportamiento ético que se fundamenta en el respeto de los derechos humanos (Rodríguez, 2007). Este enfoque se expresa en base a premisas como el bien común. Se asume que la empresa es parte de una comunidad, y como tal, también se ve afectada por el desarrollo y condiciones de esta, por lo que, como cualquier otro ciudadano tiene que contribuir al bien común, esto, apoyando las iniciativas que mejoren la comunidad, y/o evitando que sus actividades propias afecten el medioambiente y las condiciones de vidas de todos los que conforman sus grupos de interés (Argandoña, 1988).

Esta tendencia asume los derechos humanos dentro del pacto global de la ONU, así como en una política de negocios inclusivos (Volpentesta, 2016). Según Hasnas (1988), en el enfoque normativo la premisa básica y universal de la gestión empresarial no considera la estrategia de enriquecimiento financiero rápido, sino,

la supervivencia en el tiempo de la misma. Dentro de esta categoría, Volpesta (2016: 49) reconoce diferentes corrientes:

- a) La postura kantiana de Evan y Freeman: esta postura, defiende la concepción de que los *stakeholders* tienen el derecho de esperar que las empresas consideren sus necesidades y requerimientos y que estas, de alguna manera sean abordadas por la empresa, y que por lo tanto, esta última, mantenga una postura receptiva ante las posibles solicitudes y necesidades de estos grupos de interés, por tanto, defiende la concepción de que los *stakeholders* o la interacción con estos, no debe asumirse solo con la visión del máximo lucro (Francés, 2012).
- b) La postura kantiana de Bowie: esta postura, es análoga a la de Freeman y Evan en cuanto a la base normativa, en esta, se detalla de manera más amplia cuales obligaciones, desde una perspectiva Kantiana corresponden a los gestores (Francés, 2012).
- c) La postura Rawlsiana de Freeman.: estas posturas asumen la generación de “Contratos equitativos” entre las empresas y sus grupos de interés, basándose en la igualdad de derechos entre las partes (Cohen, 2011).
- d) La postura de la equidad, esta postura implica la equidad en las prestaciones que una empresa y sus partes interesadas puedan obtener, considerando que ninguna de las partes puede o debe terminar perjudicada, y que en este sentido, estas deben tener una consideración ética sólida al momento de ser contratada entre las partes (Phillips, 1997).
- e) La teoría de los contratos sociales integrados desarrollada por Donaldson y Dunfee: busca integrar las perspectivas empíricas y normativas en una sola concepción interconectada (Arráez, 2014), en este caso, los contratos sociales a los que se refiere esta teoría, pueden tomar dos formas distintas, “ el contrato hipotético o “macro”, que refleja un acuerdo hipotético entre los miembros racionales de una comunidad; y el contrato “existente” o “micro”, que refleja un acuerdo real dentro de una comunidad” (Donaldson & Dunfee, 1999: 19)
- f) La ética discursiva o dialógica de Cortina; plantea que las empresas que buscan la implementación de la responsabilidad social, deben tener presente, que la responsabilidad social tiene que surgir del dialogo con los grupos de interés, para así, lograr conocer intereses comunes que puedan abordarse desde políticas de responsabilidad social (González & García, 2006).

Se puede resumir que de las tendencias predominantes en materia de Responsabilidad Social, la que mejor se adapta a las necesidades y obligaciones intrínsecas del Estado y sus empresas públicas es el del enfoque ético normativo,

esto, debido a que el estado, conceptualmente, no persigue rentabilidad monetaria en la implementación de sus empresas públicas, es decir, su fin no es el lucro, sino, el de atender a las necesidades de la población y del medioambiente que delimita a cada país.

Esta aseveración se basa en que el Estado, dada su naturaleza pública, y su función de garante del bienestar de sus ciudadanos, además de fungir como patrono de empresas de distintos tamaños y alcances, y por su obligación de preservar los recursos naturales del país, puede, por medio de esta tenencia gerencial, canalizar de manera más efectiva sus metas y resultados, sin que los recursos que se reinvierten en la sociedad, sean malversados o despilfarrados en políticas poco efectivas. Esta tendencia, facilita la delimitación de metas estratégicas en cuanto al bienestar colectivo, y brinda a la vez herramientas a los ciudadanos para que sean parte desde sus respectivos espacios, de su crecimiento y de la mejora de su comunidad y entorno.

Por su parte las tendencias como las del enfoque estratégico no representan el carácter desinteresado en términos de enriquecimiento a costas de los grupos de interés que debe caracterizar a los gobiernos, esta tendencia busca el enriquecimiento, y los aportes que puedan generar, no necesariamente apuntan a la solución de un problema de la comunidad o de los integrantes de sus grupos de interés, por lo tanto, no se corresponde con la finalidad de la aplicación de la responsabilidad social en las empresas públicas.

La revisión de la bibliografía presenta dos debilidades fundamentales: la primera de esta, es la evidente falta de criterios conciliatorios entre los diversos autores que permitan la adopción de una definición conceptual única de la responsabilidad social en la actualidad, y por tanto, la subsecuente carencia de criterios para lograr establecer parámetros concretos sobre la aplicación de la misma.

La afirmación anterior no excluye la existencia de parámetros de autoevaluación de responsabilidad social como por ejemplo, los propuestos por la Ethos, pero dada la existencia de diversas tendencias con concepciones variadas, en las cuales, inclusive se considera, aunque no se profundiza en una definición

del término, a la filantropía como método estratégico fundamental de las políticas de Responsabilidad Social.

Por su parte, la otra debilidad notable, también en términos conceptuales, y aplicados al tema, es el relacionado con el uso indiscriminado de la palabra filantropía, además de la aplicación de la misma con un elevado nivel de laxitud e irresponsabilidad en cuanto a la pertinencia de la aplicación del término. Esta consecuencia, en parte, es derivada de la falta de conciliación mencionada anteriormente entre los autores que investigaron o que siguen escribiendo al respecto de la responsabilidad social, debido a que, precisamente no se ha generado un marco de acción y terminológico donde se pueda encuadrar el concepto y la aplicación de la filantropía.

Dado que en la bibliografía existente, diversas tendencias con sus respectivos defensores y detractores que además, no concuerdan en la conceptualización, resulta dificultoso definir en base a la conceptualización existente del tema, que tipo de doctrina (ético-normativa o filantrópica) se aplica en la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, por este motivo, y en base a las definiciones conceptuales desarrolladas del tema hasta la fecha, se consideró a la filantropía como una práctica no aceptable ni adecuada en empresas públicas, ya que por la naturaleza y los objetivos de estas, no se puede asociar con un proceder éticamente aceptable para este tipo de institución, dado que sus funciones se basen en actos netamente caritativos, y que los mismos no se avocan a la resolución de las necesidades reales de los grupos de interés.

Por lo tanto, se considera que en la actualidad, y en la región en la cual se enmarca el presente estudio, el método más acorde para medir la implementación de responsabilidad social, así como, el nivel de institucionalización de la misma, es el propuesto por el grupo Ethos, el cual, además se encuentra adaptado a la realidad de Ecuador, esta organización trabaja en conjunto con el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) en la adaptación de dicho estándar a las condiciones particulares del país, siendo esta última la encargada en Ecuador de analizar y adaptar las encuestas de evaluación de responsabilidad social creada por la organización Ethos a las realidades del país. El método Ethos, se sustenta en una perspectiva ético-normativa de la responsabilidad social.

3. La responsabilidad social en la Empresa Pública Ecuador Estratégico

Para el presente estudio se asumió una investigación del tipo mixto, cuantitativo y cualitativo. Este enfoque ha tomado auge desde la segunda década del siglo XXI y busca robustecer el análisis por medio de la utilización de las herramientas metodológicas más destacables de ambos, aportando de esta manera una mayor cantidad de diversos datos que pueden facilitar la interpretación del fenómeno que se analiza (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

El método empleado es el exploratorio-descriptivo. A tal efecto, se realizó un análisis de las diversas actividades y/o proyectos ejecutados por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en la provincia de Napo.

3.1. La Empresa Pública Ecuador Estratégico

La Empresa Pública Ecuador Estratégico se creó en el año 2011 mediante el Decreto Ejecutivo No. 870 y de acuerdo con el artículo 315 de la Constitución de la República con la finalidad de que esta ejecutara proyectos de inversión social en las comunidades pertenecientes al área de influencia de actividades consideradas como estratégicas, particularmente de actividades mineras, dichos proyectos, serían financiados con las regalías que recibe el estado ecuatoriano por los respectivos proyectos estratégicos que se realizan dentro del país.

Para el 26 de agosto del 2015, su ámbito de acción es redefinido y los objetivos reorientados, desde entonces, esta empresa pública tiene el único fin de coleccionar y administrar los recursos que entran al Estado por concepto de la explotación, privada o pública, de recursos considerados como estratégicos por el país, así, dichos recursos, los emplea la EEEP en:

Planificar, diseñar, evaluar, priorizar, financiar y ejecutar los planes, programas y proyectos de inversión social en el ámbito de: construcción de centros integrales del Buen Vivir, unidades de Policía Comunitaria, y edificaciones de salud y de educación, y otras que fueran dispuestas por el

presidente de la República en las zonas de influencia de los proyectos en los sectores estratégicos. (EEEP, 2017a)

Esta empresa, posee un ámbito de acción nacional y se caracteriza, como se mencionó previamente, en redirecciones los recursos obtenidos por el estado, en el mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones dentro del área de influencia de los proyectos que asumen, estos proyectos son considerados como estratégicos por la importancia en términos de desarrollo social que aportan.

La estructura organizativa de la empresa pública Ecuador Estratégico, se muestra en la Ilustración 2, como se puede observar, esta se encuentra conformada por cuatro grandes y diferenciados grupos estructurales funcionales, a saber; Gobernantes, Habilitantes de Asesoría, Habilitante de Apoyo y Agregadores de Valor:

Desde el año 2012, esta empresa ha ejecutado completamente 233 proyectos enmarcados en los macro sectores antes mencionados a nivel nacional (EEEP, 2017c), y en el año 2017, se encuentran activos y en proceso de ejecución 70 proyectos más en todo el país, distribuidos de la siguiente manera: 20 en “Programas de Inversión” (tal como se puede apreciar en la web de la empresa pública, en esta categoría incluyen proyectos de educación, salud, equipamientos, entre otros), tres en el macro sector de fomento a la producción, uno en los macro sectores estratégicos, energía, ambiente y telecomunicaciones, y 50 en el macro sector social.

La provincia de Napo, ubicada al oriente de la capital del país, es una región que pertenece a la zona de la amazonia ecuatoriana, esta, como otras del conjunto de provincias amazónicas, posee importantes yacimientos mineros, tanto metálicos como no metálicos (Ilustración 3).

Las condiciones geográficas, el terreno y el escaso desarrollo en infraestructura de diversas parroquias, aunado con la presencia de los yacimientos antes mencionados, justifican las acciones de la EEEP en la región, ya que el principal objetivo para la creación de esta empresa pública responde precisamente a la reposición de los ingresos generados por estos tipos de proyectos, considerados por el estado como estratégicos (EEEP, 2017d).

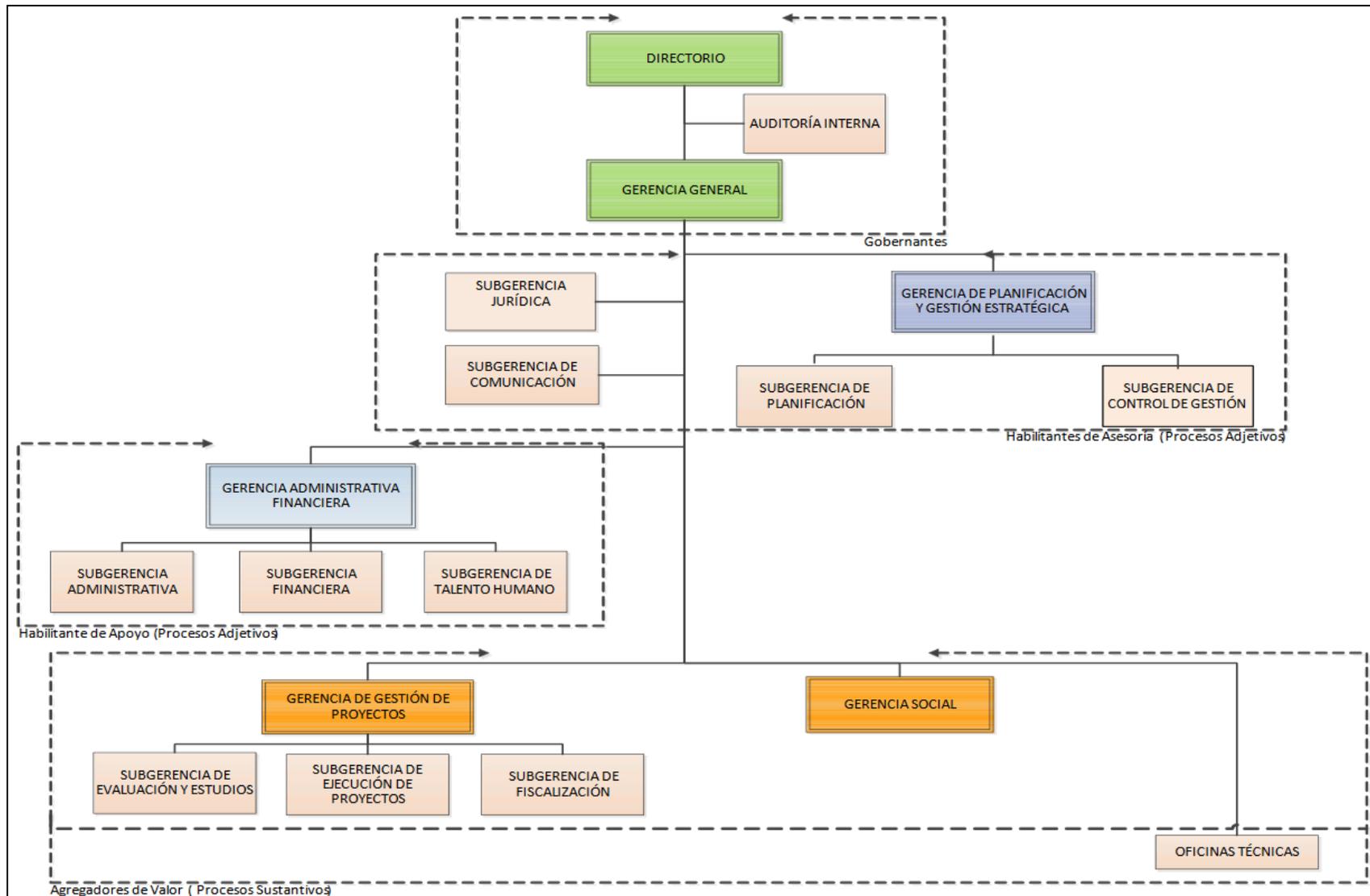


Ilustración 2. Estructura organizacional de Ecuador Estratégico EP. Fuente: EEEP (2017b)

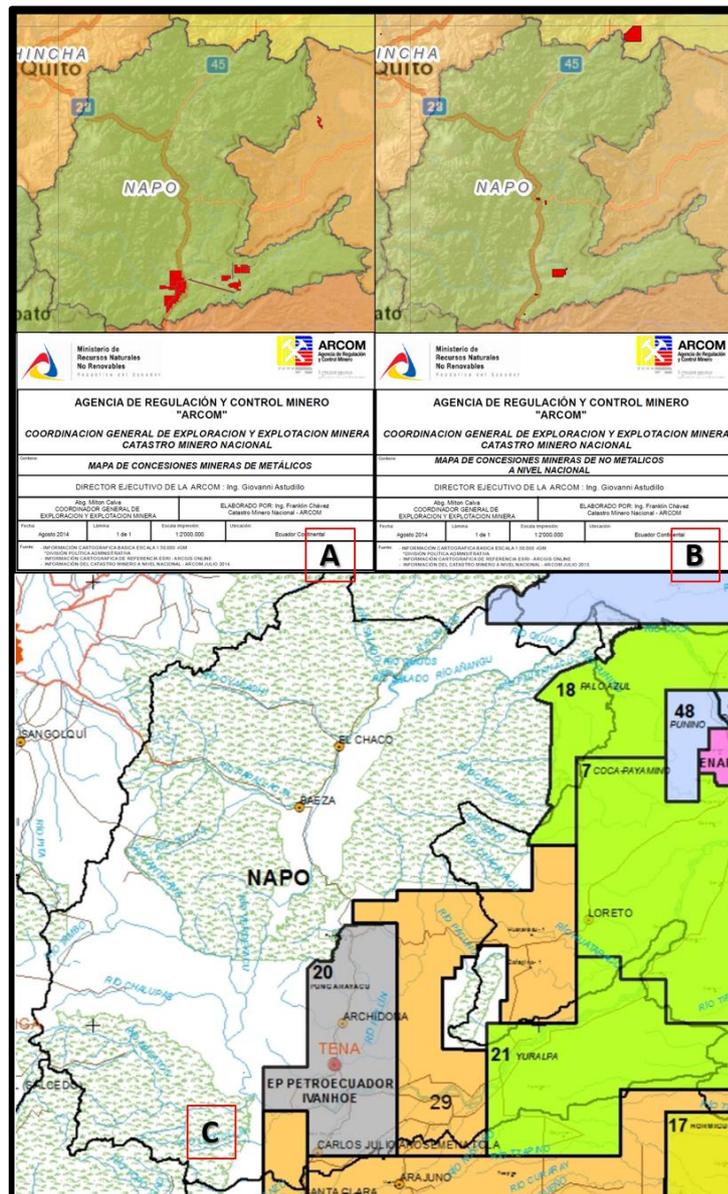


Ilustración 3. Ubicación de concesiones mineras en la provincia de Napo. A) Concesiones de metales; B) Concesiones de no metales; C) Concesiones petroleras.

Nota: En las imágenes se observan donde se encuentran las concesiones mineras en la provincia de Napo, con lo cual, dada las funciones y el marco de acción de la EEP, se justifica que dicha empresa pública, ejecute acciones dentro de la mencionada provincia

Fuente: ARCOM (2015)

La justificación legal de la utilización de recursos provenientes de las actividades mineras por las cuales se rigen las acciones de EEP son la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley de Minería, la Ley reformativa para la Equidad tributaria en el Ecuador y a la Ley Orgánica de régimen tributario, publicada el 16 de Julio de 2013 en el Registro Oficial N° 37 (Ecuador, 2013), en el cual se establece que hasta el 60% de las regalías generadas por las explotaciones mineras, deben ser redirigidas a la inversión social en las provincias o las zonas de influencias de dichos proyectos.

En base a este contexto, la EEEP posee la responsabilidad de desarrollar en esta región los planes de inversión, que al efecto, y hasta la fecha, ha ejecutado enmarcados en su plan estratégico, en el cual se manifiesta como objetivo público el ejecutar las políticas de estado enmarcadas en las redistribución de mencionados ingresos, situación que se corresponde más con el accionar de empresas que asumen posturas ético normativas de responsabilidad social que las filantrópicas, ya que, como se puede apreciar, sus funciones no se corresponden con un accionar caritativo, sino más bien, de cumplimiento de sus funciones.

Hasta el año 2017, se estima una inversión superior a 105 millones de dólares dentro de la Provincia de Napo, principalmente en proyectos en las áreas de Educación, Saneamiento Ambiental, y Vialidad (Ilustración 3). La mayoría los proyectos ya se encuentran concluidos y entregados.

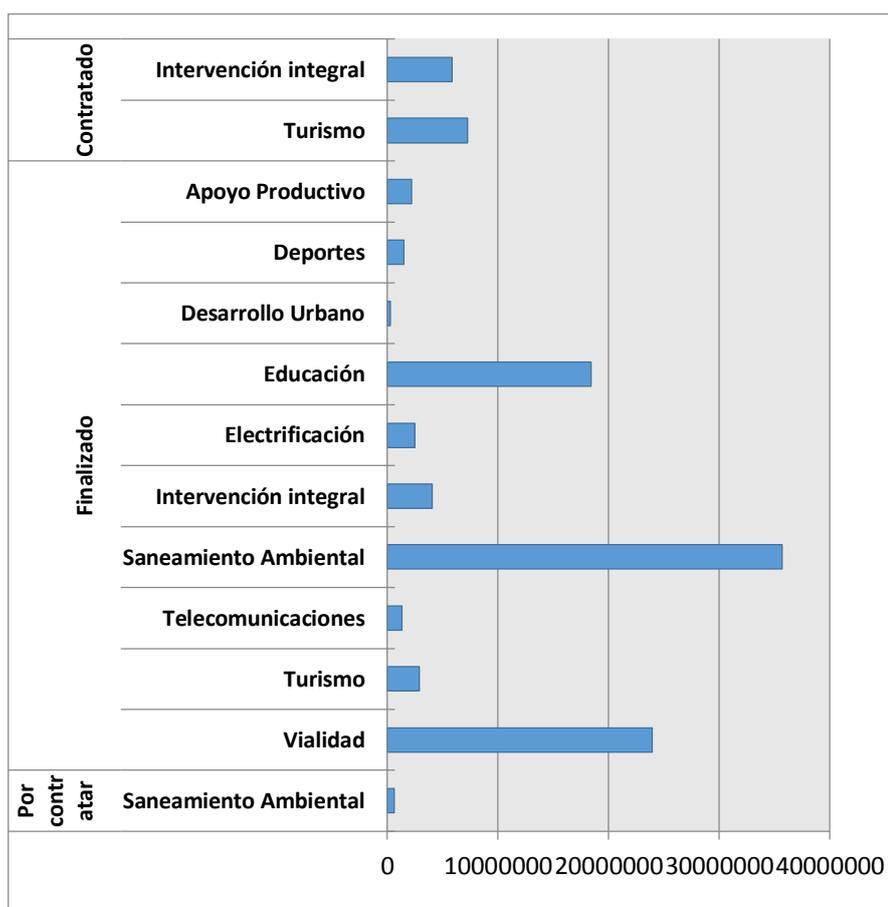


Ilustración 4. Inversión de recursos provenientes de los ingresos mineros en la Provincia de Napo desde el 2012 al 2015 (en millones de dólares).
Fuente: Datos internos de EEEP. Elaboración propia.

Tabla 2.
Montos de inversión por parte del Estado en las diversas áreas de interés dentro de la provincia de Napo en el periodo 2015-2017

Área de Inversión	Inversión en dólares
Contratado (TOTAL)	13.088.278,12
Intervención integral	5.864.260,52
Turismo	7.224.017,59
Finalizado (TOTAL)	92.808.501,49
Apoyo Productivo	2.207.526
Deportes	1.511.624,416
Desarrollo Urbano	295.093,10
Educación	18.427.874,02
Electrificación	2.507.102,78
Intervención integral	4.041.051,96
Saneamiento Ambiental	35.657.505,28
Telecomunicaciones	1.319.322,02
Turismo	2.893.382,25
Vialidad	23.948.019,65
Por contratar (TOTAL)	608.373,214
Saneamiento Ambiental	608.373,214
Total general	106.505.152,8

Fuente: Datos internos de EEEP. Elaboración propia.

Como se observa en la tabla 2, la cantidad de recursos y el número de proyectos ejecutados, dan cuenta de la importancia de la necesidad de desarrollo existente en la provincia, esta, es una de las más extensas del país, y la producción minera es alta, aunque, con serias deficiencias en infraestructura que genere beneficios sociales y de desarrollo.

Por lo cual, bajo los preceptos públicos de fundación y funcionamiento de la EEEP, la reinversión de recursos en proyectos sociales debía ejecutarse en estas zonas, se requieren de diversos estudios específicos con el fin de evaluar si los recursos han sido direccionados adecuadamente, de manera que la población que en teoría debería de beneficiarse, ha obtenido un real provecho de los proyectos emprendidos.

En este orden de ideas, es necesario entender que basados en los fines de constitución de la EEEP, todos sus *stakeholders* internos deban enfocarse en la consecución de su meta institucional, estas, al igual que en cualquier otra provincia donde se deba desarrollar un proyecto de reinversión de recursos, se enfoca en consolidar el trabajo de manera que la EEEP pueda, de manera efectiva, beneficiar a personas y medio ambiente (*Stakeholders* externos).

Precisamente, lo comentado en la argumentación anteriormente expuesta, es posible medirlo por medio de la encuesta Ethos de responsabilidad social, está

concebida bajo un enfoque ético normativo, en el cual se asume que la empresa ocupa como propia la responsabilidad de la ejecución de acciones sociales y medioambientales positivas, brinda de manera adecuada las herramientas para validar dichas políticas empresariales.

EEEP no es una empresa que se caracteriza por el aprovechamiento de recursos naturales o mano de obra de una región en particular; este punto es el que la diferencia precisamente a esta de otras empresas, tanto privadas como públicas. Por el contrario, la única función de EEEP es la de ejecutar proyectos que en las localidades donde se desarrolle una actividad estratégica con los recursos que por regalías le corresponde al estado, es decir, es el canal del estado para centralizar la ejecución de obras financiadas con las ganancias que se generan en el país por estas actividades económicas clasificadas por este como estratégicas.

En este respecto, la encuesta Ethos podría medir de manera más directa la ejecución política de responsabilidad social de manera más adecuada ya que considera precisamente los objetivos de funcionamiento de la EEEP.

3.2. Evaluación de la responsabilidad social de EEEP en la Provincia de Napo

La aplicación de la encuesta de evaluación de responsabilidad social Ethos, se realizó considerando la metodología propuesta por parte del mismo Instituto para su aplicación (Ethos, 2006: 10). El proceso incluyó las siguientes etapas: identificación de *stakeholders* internos y externos, inducción, realización de la encuesta, procesamiento y análisis de datos.

3.2.1. Evaluación mediante los indicadores Ethos

Los indicadores Ethos constituyen un mecanismo de evaluación de la responsabilidad social, la cual incluye una serie de indicadores internos que permite la autoevaluación de la empresa en cuanto al nivel de implementación institucional de acciones de responsabilidad social. La misma se sustenta en una serie de indicadores que, al ser respondida desde los responsables internos de la aplicación de dichas políticas y desde el resto de los grupos de interés, permite catalogar si esta se aplica o no, y cuál es su nivel de implementación.

La encuesta de autoevaluación se diseñó en base a los indicadores y dimensiones propuestos por el instituto Ethos (CERES, 2011). Para esto, se utilizó la herramienta online¹ diseñada por el mencionado instituto, y en el cual, en base a las dimensiones de interés planteados en el proyecto de este estudio (Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, Comunidad, Gobierno y Sociedad, Ambiental, Política, aspectos Éticos), se estructuró la encuesta online.

Los indicadores Ethos empleados en la autoevaluación son de diferentes tipos (CERES, 2011):

- *Indicadores de profundidad:* que permiten valorar la etapa en que se encuentra la gestión de Responsabilidad Social. Estas se representan en cuatro etapas básicas en las que se encuentra representada el estadio de aplicación de alguna práctica en particular, siendo la primera la etapa más básica de aplicación de responsabilidad social y la cuarta la más desarrollada.
- *Indicadores binarios (informaciones adicionales):* constituido por preguntas de respuesta binarias que cualifican el estadio seleccionado en los indicadores de profundidad.

Esta estructura, además de permitir conocer en qué etapa se encuentra la aplicación de la responsabilidad social dentro de la empresa, facilita la posterior reestructuración de las estrategias operativas internas que apuntan a la aplicación correcta y efectivas de políticas de responsabilidad social. Los indicadores que constituyen dicha encuesta hacen referencia a: Valores, transparencia y gobernabilidad, Público interno, Medio ambiente, Proveedores, Consumidores y clientes, Comunidad, y Gobierno y sociedad.

Los ítems que conformaron la encuestas Ethos, correspondían a los 16 indicadores que se muestran en la tabla 3.

¹ <https://indicadoresethos.ethos.org.br/Login.aspx?ReturnUrl=/>

Tabla 3.
Estructura de la encuesta Ethos

Dimensión	Temas	Subtema	Indicador
Visión y Estrategia	Visión y Estrategia	Visión y Estrategia	Estrategias para la Sustentabilidad
			Propuesta de Valor
Gobierno Corporativo y Gestión	Gobierno Corporativo	Gobierno Corporativo y Conducta	Código de Conducta
			Gobernabilidad Corporativa
			Participación de las Partes Interesadas
	Rendición de Cuentas		Reportes de Sustentabilidad y Reportes Integrados
			Comunicación con Responsabilidad Social
Prácticas de Operación y Gestión	Prácticas Anticorrupción	Prácticas Anticorrupción	
	Participación Política Responsable	Contribuciones para Campañas Electorales	
Social	Relación con la Comunidad y Participación en su Desarrollo	Gestión de Impactos en la Comunidad y Desarrollo	Gestión de los Impactos de la Empresa en la Comunidad
			Compromiso con el Desarrollo de la Comunidad y Gestión de Acciones Sociales.
			Apoyo al Desarrollo de Proveedores. Prevención de la Contaminación
Ambiental	Medio Ambiente.	Gestión y Monitoreo de los Impactos Sobre los Servicios Ecosistémicos y la Biodiversidad	Educación y Concientización Ambiental.
		Impactos Causados por el Consumo	Impactos del Transporte, Logística y Distribución. Logística Reversa

Fuente: Ethos (2017), Elaboración propia.

3.2.2. Consideraciones metodológicas en la selección de la muestra

Para la aplicación de la encuesta Ethos a los *stakeholders* de la Empresa Pública Ecuador Estratégico E.P., se reunió a los representantes de cada uno de los grupos de interés internos y externos, y se les suministró una inducción sobre la conceptualización asumida de responsabilidad social (enfoque ético normativo), incluyendo indicaciones sobre las distintas dimensiones e indicadores que se evaluarían y de la pertinencia de contar con respuestas consensuadas y sinceras. En este proceso se señaló que las valoraciones emitidas por los participantes son anónimas, pero que de manera agregada contribuirían de manera institucional y significativa, a evaluar la actual situación en el ámbito de

responsabilidad social y la subsiguiente acción correctiva.² Luego de ello, se indicó a los *stakeholders* las formas para acceder a la plataforma online donde se ejecutaría la encuesta.

En cuanto a los *stakeholders internos*, los departamentos participantes en dicha encuesta fueron: la Sub Gerencia Jurídica, Gerencia de Planificación y Gestión Estratégica, Gerencia Administrativa Financiera, Gerencia de Gestión de Proyecto, Gerencia Social, además, se incluyó a un representante del gremio de empleados. Entre los *stakeholders externos*, se identificaron ocho representantes de las comunidades beneficiadas, identificadas al azar con base en el listado de proyectos finalizados por EEEP en la Provincia de Napo. Para seleccionar a los participantes se visitó la comunidad más próxima al proyecto seleccionado, y de manera aleatoria se contactó con un representante activo de la Junta Parroquial. Toda vez que no se logró conseguir la colaboración de alguno de los representantes de la Junta Parroquial abordado, se procedió a abordar a otro, cuando no fue posible contactar a ningún representante de la Junta Parroquial, se contactaron a los de la siguiente Junta Parroquial más cercana al proyecto. Es decir, el muestreo fue del tipo no probabilístico discrecional (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014), con lo que se aseguró la participación de un tipo de muestra que cumple con un adecuado nivel de vinculación con los proyectos de inversión ejecutados por EEEP dada la cercanía de su comunidad con dicha obra.

Los *Stakeholders* internos que participaron y que representaron a los departamentos de la institución mencionados en los párrafos previos, fueron escogidos por la respectiva dirección donde cada uno de ellos se encontraba adscrito.

Cuando todos los 15 evaluados culminaron de responder la encuesta online, estas fueron procesadas y valoradas por el Instituto Ethos.

El proceso de inducción se ejecutó en dos etapas, primeramente, debido al nivel de entendimiento de los dos grupos de stakeholder (Internos y externos),

² La evaluación Ethos genera un aporte institucional al ofrecer la oportunidad de reconocer deficiencias en la implementación de políticas de responsabilidad social, y por lo cual ayudaría a encaminar una reestructuración operativa y gerencial capaz de asegurar altos estándares de calidad en la práctica de responsabilidad social en la institución, por esto se colocó que aportaría una contribución institucional.

acerca del tema de responsabilidad social, se separaron estos en dos grupos, y la inducción realizada a cada uno fue del tipo participativo donde se orientó la información brindada a esclarecer las dudas y nivelar el conocimiento general sobre el tema de cada grupo desde su perspectiva, esta etapa fue presencial y se materializó en un periodo de tres días (10 al 12 de mayo de 2017), el último de los tres días empleado en la inducción, se realizó una reunión conjunta donde se concertó y niveló la información que ambos grupos poseían. Además, se les indicó como aplicar a la encuesta mediante la herramienta web, y se les entregó las respectivas claves de acceso al sistema para que pudieran completar la aplicación.

Ambos grupos tuvieron una semana para llenar el formulario web y posteriormente fueron procesados los datos. Luego de finalizado dicho periodo de tiempo, se entregó la segunda encuesta a los *stakeholders* externos, concretamente aquella referida a la de percepción externa de aplicación de políticas de responsabilidad social. Este proceso se realizó de último para garantizar que dichos participantes manejaran información suficiente de la empresa y de sus actividades y en base a esto tuvieran un criterio más claro a la hora de dar respuestas a las cuestiones que se les planteaban en el cuestionario.

3.2.3. Percepción de los stakeholders externos de las políticas de responsabilidad social asumidas por la EEEP

Con respecto a la evaluación de la percepción sobre responsabilidad social por parte de los *Stakeholders* externos (Sociedad y Ambiente) de Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, se abordó mediante la aplicación de una encuesta cerrada a los representantes de ocho comunidades beneficiadas por los diversos proyectos (como se mencionó previamente) ejecutados a través la Empresa Pública Ecuador Estratégico (un representante por parroquia, estos representantes fueron miembros de la comunidad beneficiada que se prestaron voluntariamente a participar en el estudio luego que les fue expuesta la razón del mismo) (ver anexo 2), esta encuesta constó de los siguientes segmentos:

1. *Características de la intervención y publicidad:* esta sección pretende identificar el nivel de conocimiento local sobre la naturaleza y el fin del proyecto ejecutado en la parroquia evaluada, así como el grado de reconocimiento en esta de la Empresa Pública Ecuador Estratégico.

2. *Economía y finanzas:* Busca determinar la percepción de los representantes de la comunidad beneficiada con algún proyecto ejecutado por Ecuador Estratégico EP en base al nivel de mejora de las condiciones económicas y financieras de los pobladores, empresas locales y de la parroquia en general tras la aplicación del proyecto.
3. *Compromiso con la Comunidad:* son las acciones que la organización realiza adicionales a aquellas que están dirigidas a cumplirle a sus beneficiarios. Se refiere, a las acciones que lleva a cabo con el fin de impactar y colaborar a la comunidad, bien sea directamente o vinculándose a proyectos de otras instituciones o del Estado.
4. *Medio Ambiente:* es el compromiso que la organización tiene frente el medio ambiente y el desarrollo sostenible/sustentable; y las acciones que efectivamente la organización tiene implementadas al respecto, como son: política de reciclaje, ahorro de energía.

Para evaluar la percepción de la responsabilidad social por parte de *stakeholder* externos, se aplicó la encuesta a ocho representantes de las comunidades y que manifestaron su disposición a participar en el estudio. Cada una de estas personas vive en una de las ocho zonas de la provincia de Napo adyacentes a donde la EEEP ha ejecutado algún proyecto. Esta encuesta constó de 16 ítems relacionados con los indicadores mencionados anteriormente (**¡Error! o se encuentra el origen de la referencia.**), la misma, luego de su aplicación, fue evaluada a través de métodos de estadística descriptiva básica, con lo cual, se logró conocer la proporción de casos que mantenían una opinión particular sobre las situaciones evaluadas. Con los datos recogidos por medio de las encuestas, así como también, con la información obtenida en la evaluación situacional de la empresa y sus proyectos, y con las conceptualizaciones descritas en la revisión bibliográfica, se discernió acerca de la situación de Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en cuanto a la aplicación de políticas de responsabilidad social y si esta, según la conceptualización referenciada, se corresponde con filantropía.

4. Resultados de la evaluación interna y externa de la responsabilidad social

Los datos presentados resultan de la aplicación de los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social por la propia empresa, en otras palabras, son resultado de autoevaluación.

El diagnóstico no tiene, por lo tanto, un papel de certificación. La evaluación de los indicadores Ethos, se caracteriza por mostrar 4 niveles de aplicación o madures de las prácticas de Responsabilidad Social, en el nivel más bajo, se asume que la empresa cumple con la legislación, cuando es pertinente, y/o trata el tema de una manera incipiente., y en la última de estas etapas, se entiende que la empresa posee y practica altos estándares de Responsabilidad Social en su políticas internas y externas.

En la presente sección se muestran los resultados de las evaluaciones realizadas, se comienza con la exposición de los elementos más relevantes de la evaluación de la encuesta Ethos (*Stakeholders* internos), y continua con la evaluación realizada a los *Stakeholders* externos, en el cual se evaluaba el nivel de percepción de estos con respecto a la aplicación de acciones de responsabilidad social por parte de la Empresa Publica Ecuador Estratégico en sus comunidades.

4.1. Evaluación interna de la Responsabilidad Social

Como resultado general de esta evaluación, se obtuvo que 10 de los indicadores valorados se encontraban en las etapas dos y tres de madures en cuanto a la aplicación de políticas de Responsabilidad Social (Ilustración 5, Tabla 4).

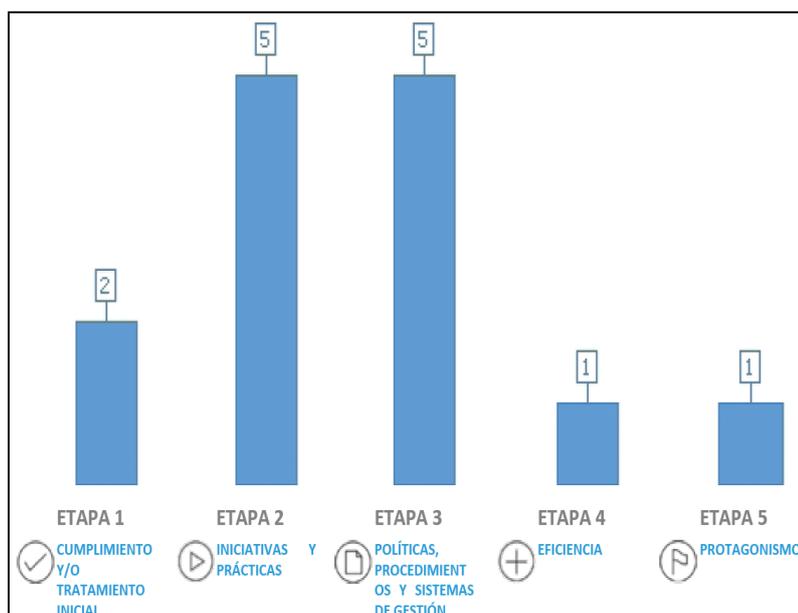


Ilustración 5. Cantidad de indicadores de Responsabilidad Social evaluados a Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” por medio de la metodología Ethos que se encontraron en alguno de los niveles de acción propuestos por dicha metodología.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.

Evaluación de los indicadores en las distintas etapas de la Responsabilidad Social, según Indicadores Ethos.

ETAPA	INDICADOR
ETAPA 1: CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuciones para Campañas Electorales • Propuesta de Valor
ETAPA 2: INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Conducta • Comunicación con Responsabilidad Social • Educación y Concientización Ambiental. • Estrategias para la Sustentabilidad • Reportes de Sustentabilidad y Reportes Integrados
ETAPA 3: POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al Desarrollo de Proveedores. • Gobernabilidad Corporativa • Participación de las Partes Interesadas • Prácticas Anticorrupción • Prevención de la Contaminación
ETAPA 4: EFICIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de los Impactos de la Empresa en la Comunidad
ETAPA 5: PROTAGONISMO	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con el Desarrollo de la Comunidad y Gestión de Acciones Sociales.
N/A - Indicador que no tiene aplicación en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Impactos del Transporte, Logística y Distribución • Logística Reversa

Fuente: Resultados del Estudio. Elaboración propia.

De igual forma, en las ilustraciones 6 y 7 se muestra el grado de desarrollo de las dimensiones y los temas correspondientes a estas dimensiones. Se observa en estas, el puntaje obtenido por la respuesta de los respectivos indicadores, y se compara, además, con el puntaje promedio obtenido por diversas empresas que

contestaron los mismos indicadores haciendo uso de la herramienta online con la cual se evaluaron los indicadores Ethos.

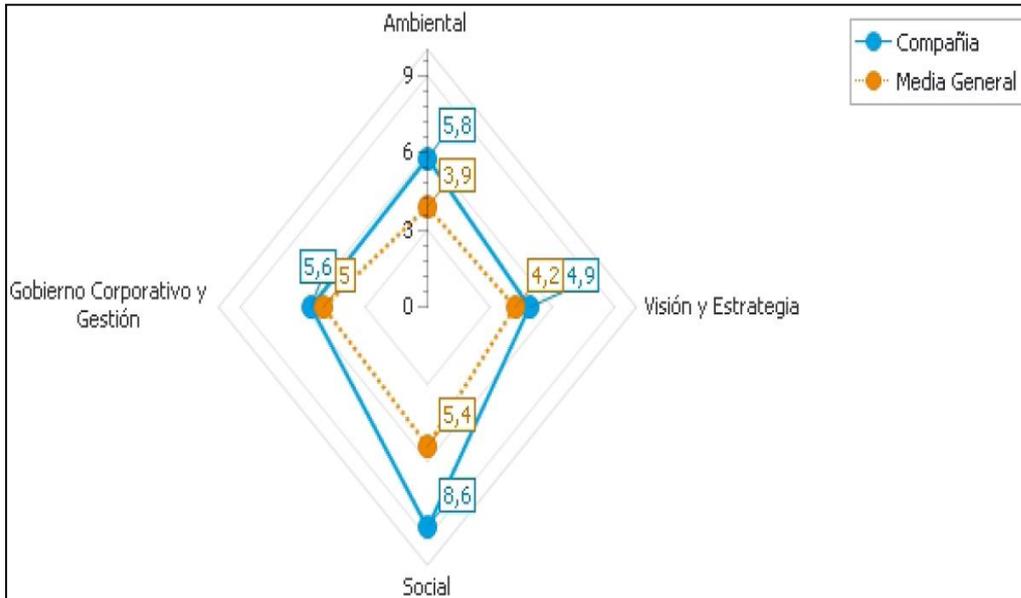


Ilustración 6. Puntajes obtenidos por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en las dimensiones que conforman la evaluación de los indicadores Ethos, y comparación del resultado de esta empresa con otras que respondieron los mismos indicadores en la plataforma online.

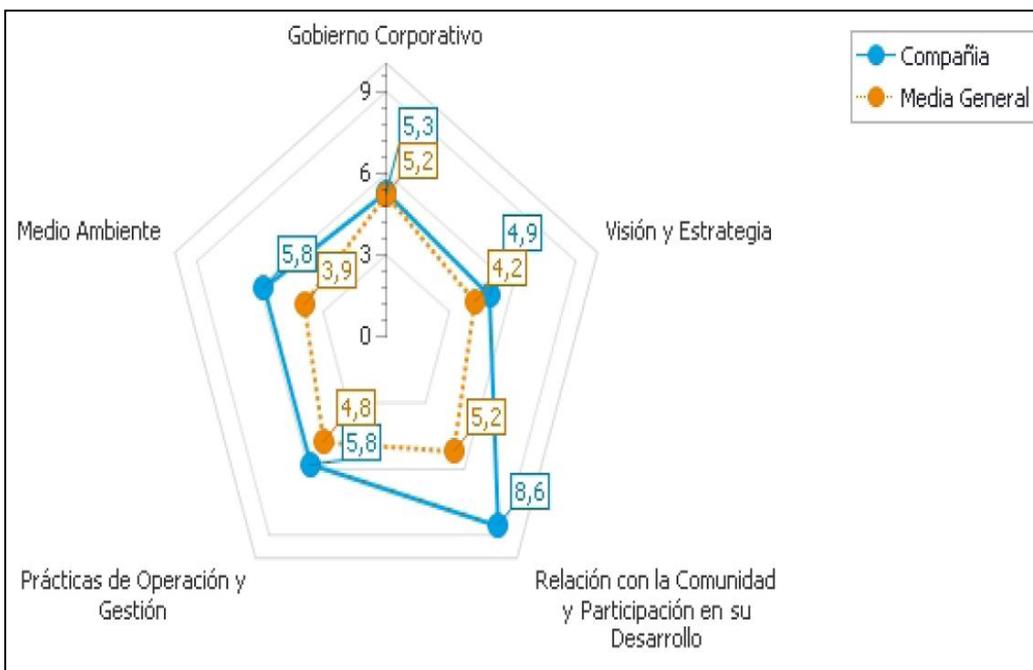


Ilustración 7. Puntajes obtenidos por la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” en los temas que conforman la evaluación de los indicadores Ethos, y comparación del resultado de esta empresa con otras que respondieron los mismos indicadores en la plataforma online. Este proceso de comparación de resultados entre empresas que aplican a la encuesta Ethos por medio de la plataforma online, lo realiza de manera automática el instituto Ethos al momento de generar el informe de resultados, los datos de dichas empresas no son suministrados por el instituto Ethos por razones de confidencialidad.

En la Ilustración 8 se muestra una comparación entre la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, y otras empresas que han contestado el mismo cuestionario a través de la aplicación online del instituto Ethos, esta comparación se corresponde con la distribución porcentual del resultado de los indicadores medidos en la autoevaluación de la aplicación de Responsabilidad Social.

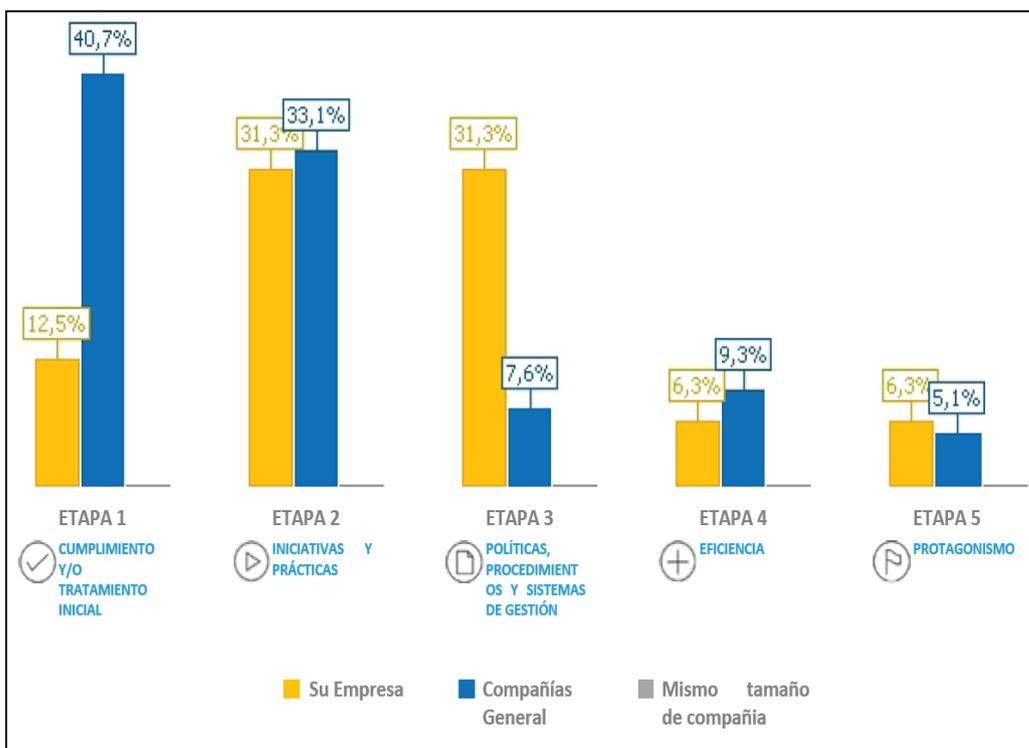


Ilustración 8. Comparación entre la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” y otras empresas, en cuanto a la distribución de los resultados de la evaluación de los indicadores de la escala Ethos.

4.2. Evaluación externa de la Responsabilidad Social

La percepción sobre la Responsabilidad Social por parte de los *Stakeholders* externos (Sociedad y Ambiente) se ve reflejada en los siguientes resultados. En primer lugar, se indagó acerca del nivel de conocimiento local sobre la naturaleza y el fin del proyecto ejecutado en la parroquia evaluada, así como el grado de reconocimiento en esta de la Empresa Pública Ecuador Estratégico (Ilustración 9).

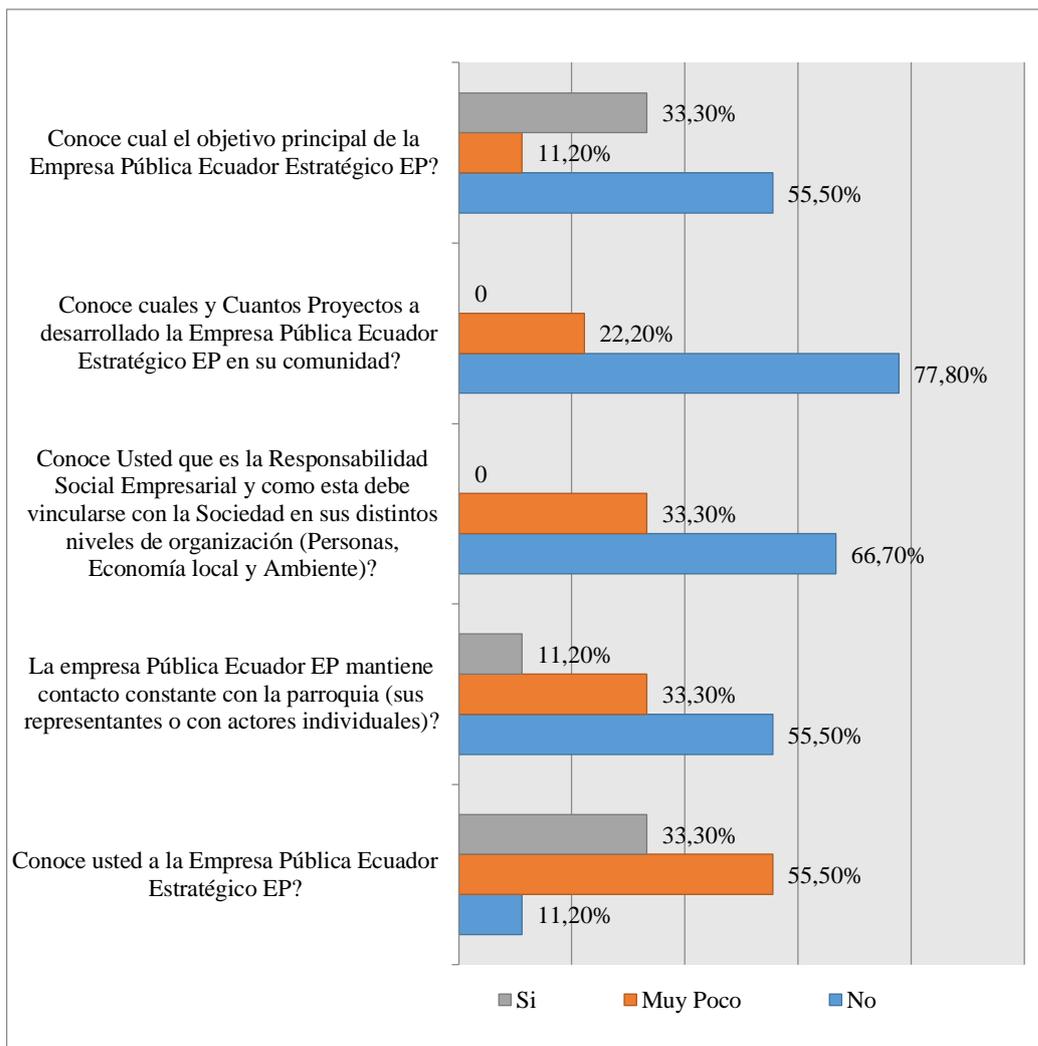


Ilustración 9. Características de la intervención en la comunidad por parte de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” y nivel de conocimiento de la población acerca de esta empresa.

Por su parte, en la Ilustración 10 se muestra el nivel de percepción de los representantes de la comunidad beneficiada con algún proyecto ejecutado por la EEEP en base al nivel de mejora de las condiciones económicas y financieras de los pobladores, empresas locales y de la parroquia en general tras la aplicación del proyecto.

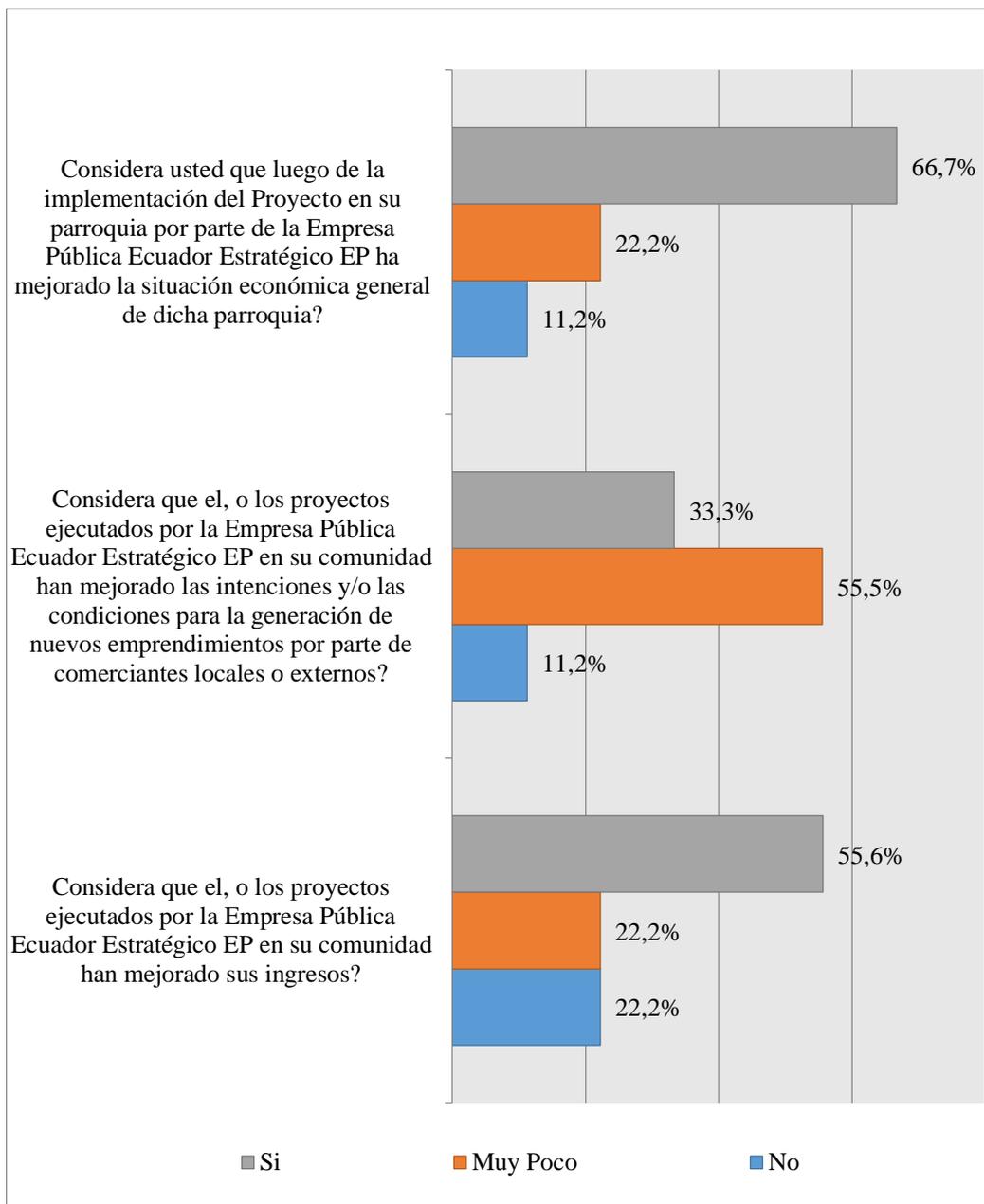


Ilustración 10. Percepción del nivel de mejora de las condiciones económicas y financieras de los pobladores, empresas locales y de la parroquia en general.

En las Ilustraciones 11 y 12, se observa el nivel de percepción de los evaluados acerca del apoyo al desarrollo comunitario y de impacto medioambiental respectivamente, generados por EEP.

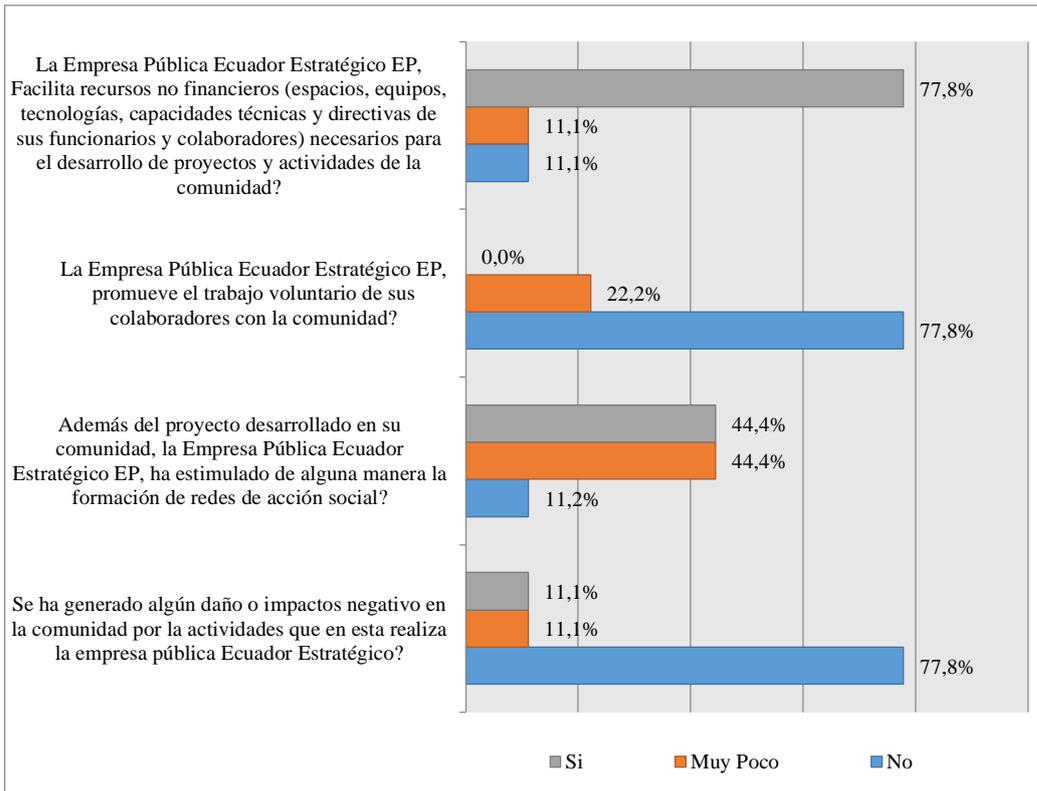


Ilustración 11. Percepción del nivel de apoyo a redes comunitarias por parte de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”.

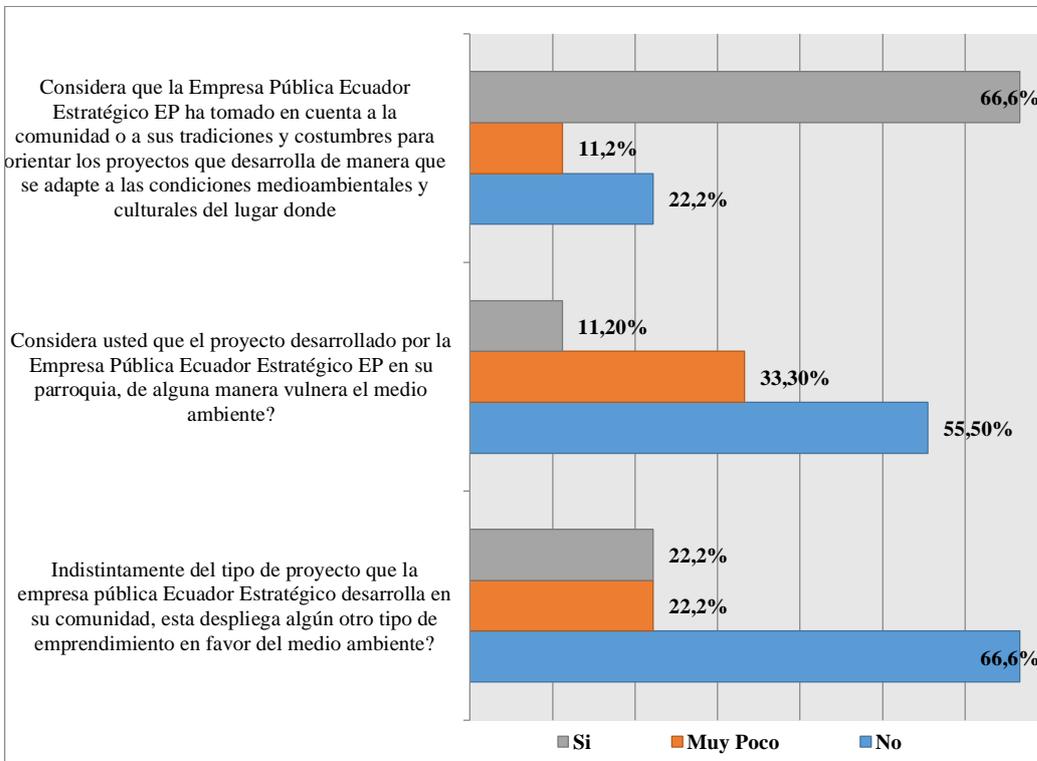


Ilustración 12. Percepción de las comunidades beneficiadas del compromiso de la Compromiso que la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP” mantiene en materia ambiental en las comunidades intervenidas.

4.3. Análisis de los resultados de la encuesta Ethos aplicada al caso de Ecuador Estratégico E.P. en la Provincia de Napo

Los resultados obtenidos permiten apreciar una aplicación efectiva de ciertos criterios de Responsabilidad Social como parte de la estrategia de gestión y desarrollo de la EEEP. Sin embargo, para poder discernir acerca de que si la aplicación observada de criterios de responsabilidad social, es o no del tipo normativo o filantrópico, es necesario retomar algunas de las conceptualizaciones teóricas ya presentadas y razonar en base a estas.

Primeramente, es necesario retomar el término de filantropía planteado en las secciones precedentes, en este, se afirma que esta se corresponde con actos caritativos, con el cual se "...pretende aliviar el sufrimiento de las personas necesitadas" (Curto Grau, 2012), no obstante también es necesario entender, que en este terreno, muchos autores han emitido opiniones particulares muy diversas y que matizan la discusión del problema planteado, dificultando de esta manera asumir una postura pragmática para evaluar y definir si se es o no filantrópico en el actuar.

Curto Grau (2012) explica que las empresas pueden ser filantrópicas cuando persiguen motivaciones lucrativas, en particular, sobresalir entre la competencia, o promover un producto, basándose en la captación de la atención de la comunidad al mostrar una postura altruista.

Sin embargo, una empresa pública no necesariamente persigue recabar dinero por ventas de productos o servicios, lo cual, si se corresponde enteramente con la filosofía de empresas privadas. Reyes (2004: 164), al respecto expone: "*La empresa pública: tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general y social, pudiendo obtener o no, beneficios. (...) el fin del estado como empresario no puede ser obtener lucros, sino satisfacer necesidades*".

En base a lo anterior, y conociendo además, que el objetivo básico de la EEEP, es el de reinvertir socialmente los recursos procedentes de empresas estatales o privadas que realizan explotación comercial de los recursos estratégicos del país, podemos entender que en base a la argumentación de Reyes (2004: 164), la EEEP como empresa pública, no busca lucrarse de ningún tipo de actividad comercial, o posicionarse así misma o a algún producto ante un grupo

de consumidores, por el contrario, su función es la de servir al estado Ecuatoriano como herramienta para redistribuir a la población los ingresos que por un tipo particular de actividades en determinadas localidades del país se generan, cumpliendo así el papel de órgano ejecutor del estado de políticas públicas (función que en sí, es responsabilidad y obligación del mismo Estado).

En este sentido, y entendiendo que desde la perspectiva teoría de algunos autores sobre el tema, podría asumirse que ciertas actividades o actos filantrópicos puedan considerarse como de Responsabilidad Social, es decir, a causa de la naturaleza dual del concepto de filantropía en la Responsabilidad Social, no puede asumirse que las prácticas corporativas de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, puedan enmarcarse en los términos de acciones filantrópicas ya que, igualmente bien, pudieran justificarse en el marco de las acciones del estado para satisfacer las necesidades de la sociedad al buscar reinvertir los recursos que capte.

Por lo tanto, queda es discernir al respecto de que si las actividades de Responsabilidad Social, se encuentran plenamente desarrolladas o si por el contrario adolecen de prácticas esenciales que eleven el valor de dichas actividades y por tanto, su aplicación es pobre y deficiente.

Para evaluar el nivel de implantación de políticas de Responsabilidad Social, fueron adecuados los indicadores Ethos, dado que estos buscan evaluar el nivel de aplicación de Responsabilidad Social en una Empresa. Los mismos, fueron concebidos para la evaluación del nivel de implementación de políticas enmarcadas en un contexto ético-normalista, que como se mencionó previamente, son los que en teoría, y bajo la luz de la información recabada de la empresa, su origen funciones y metas, cumple esta empresa pública del estado ecuatoriano.

Así pues, con la encuesta Ethos, se logró detectar en que aspectos de la implementación de políticas de Responsabilidad Social se presentan debilidades. En base a esto, se observó que la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, está por encima del promedio de otras empresas similares que este último año han realizado la misma evaluación a través de la plataforma online de la institución (en la Web de la organización Ethos).

Se observa así mismo, la marcada inclinación de esta empresa a favor de la aplicación de Políticas de Responsabilidad Social que benefician al ambiente y/o a las comunidades donde desarrollan o impulsan proyectos (Ilustraciones 6). Esta tendencia, está por encima de la media de otras empresas de la región según el reporte de esta evaluación emitido por el Instituto Ethos.

De igual forma, según los resultados del informe de evaluación Ethos, la EEEP aplica de manera amplia políticas orientadas a fortalecer su función social (Ilustraciones 7), esto se corresponde con las políticas que debería tener cualquier empresa de la administración pública, en particular esta, que fue creada precisamente con ese fin. Según el Observatorio de RSC (Observatorio de RSC, 2014, p.3) los estados, a través de sus representantes públicos, son quienes deben “garantizar los recursos y cuestiones básicas de la responsabilidad social, en tanto los efectos de las actuaciones de las empresas tienen impactos en la sociedad”.

Así, es posible observar que EEEP, intrínsecamente fue concebida con la intención de que fungiera como un canal de gestión y aplicación de proyectos de importancia social, por lo cual, sus funciones se apegan, en teoría, al precepto ético-normalista de la responsabilidad social, por lo cual, la ejecución de este tipo de acciones sociales es el fin último y principal de esta empresa, situación que deja clara que la consecución satisfactoria de este objetivo debe afinarse con la implementación de un adecuado plan de responsabilidad social.

En lo que respecta a las dimensiones de Gobierno corporativo y de visión y estrategia (Ilustración 7), si bien la valoración obtenida está muy cercano al de otras empresas evaluadas, es posible entender que el poco desarrollo al respecto, se corresponde con la naturaleza misma de la empresa, en este caso, una empresa pública, que trabaja de la mano, como ejecutora, de proyectos de interés social de responsabilidad del Estado, es decir, como institución pública, se encuentran los principios y normas que rigen a esta, totalmente definidos por el mismo estado, y en consecuencia, pocas son las aristas que pudieran cambiar por parte de la gestión interna, o por lo menos, no con tanta libertad como ocurriría con una empresa privada.

Este instrumento y el resultado que al respecto se presenta, se corresponde con una gran oportunidad para que en lo interno, pueda generarse debates que

logren afianzar mayor cantidad de conductas socialmente responsables en lo que respecta a estas dimensiones.

Como se observa en la ilustración 8, la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, a pesar de estar por encima del promedio de otras empresas en cuanto a la aplicación de políticas de Responsabilidad Social, esta, todavía posee un 43,85% de los indicadores evaluados en las etapas iniciales de aplicación de Responsabilidad Social, solo 6,3%, se encuentran en la etapa 5, que corresponde a la de mayor aplicación de políticas de Responsabilidad Social, acá, de manera más precisa, se encuentra el indicador “Compromiso con el Desarrollo de la Comunidad y Gestión de Acciones Sociales”, lo cual, evidencia que esta empresa, se apega a la misión institucional:

Ejecutar planes, programas y proyectos de inversión social con eficiencia y eficacia, contribuyendo a la redistribución equitativa de los ingresos generados por el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, para alcanzar el Buen Vivir de las comunidades en las áreas de influencia de los proyectos de los sectores estratégicos.

Se entiende por áreas de influencia a las áreas directa e indirectamente influenciadas por los proyectos de los sectores estratégicos, así como por los proyectos de beneficio nacional. (EEEP, s.f)

Es menester de la empresa considerar el generar estrategias adecuadas, que permitan el desarrollo de políticas apropiadas que se enmarquen en prácticas socialmente responsables, particularmente en lo que corresponde a los indicadores que se encuentran catalogadas como de aplicación inicial (Etapas 1 y 2 de la valoración de indicadores Ethos) (Tabla 4).

Por su parte, la evaluación de la percepción del público externo en cuanto al nivel de percepción de la Responsabilidad Social por parte de la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, puede observarse que, en concordancia con lo visualizado en los indicadores Ethos, la misma posee una débil política de divulgación de sus acciones.

Esta situación no es alejada de lo que realmente se podría considerar como normal, si se asume que es una empresa de dominio público, en las cuales, predomina cierta rigidez en su estructura organizativa a la hora de definir

estrategias ya que esta se enmarca en los intereses del estado, y particularmente, esta situación se distancia de la posición que al respecto puede asumir una empresa privada, que sí tendría como interés ganara protagonismo ante un público consumidor. Las empresas del estado, o al menos está en particular, no comercializan ningún producto, por lo cual, en la práctica, proyectarse en la comunidad no aportaría más a los fines por la que fue concebida.

Sin embargo, al revisar los otros niveles de percepción de esta por parte de la comunidad que se beneficia de sus políticas, nos encontramos que si proyecta ante la comunidad una imagen, que pudiera mejorar, favorable ante lo que respecta el apoyo a las comunidades y a la resolución permanente de sus problemas, mejoras económicas a las empresas y ciudadanos a raíz de sus acciones que residen o se ubican en su área de influencia y respeto por las condiciones del medioambiente del entorno donde hace vida.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Si bien los conceptos de responsabilidad social nacen en las empresas privadas existen criterios de evaluación que también pueden ser aplicables a las empresas públicas, diferenciando lo que es la provisión de bienes y servicios públicos de las prácticas filantrópicas o clientelares que ocasionalmente se asocian a programas de responsabilidad social.

En base a los datos obtenidos, puede colegirse que la Empresa Pública “Ecuador Estratégico EP”, asume prácticas enmarcadas y orientadas al cumplimiento del objetivo intrínseco del Estado, que es el proveer bienes y servicios públicos por el bienestar y desarrollo de la población y el territorio que se encuentra bajo su jurisdicción.

En este sentido, la EEEP fue concebida con el fin de gestionar y ejecutar proyectos de desarrollo en las zonas o regiones del país que más lo ameriten; sus acciones se enmarcan en la concepción ético-normativa de la responsabilidad social.

Este enfoque diferencia a la EEEP de una empresa privada, la cual, principalmente busca la generación de riqueza para un grupo determinado de los *stakeholders internos* (accionistas) y que, generalmente se en sus prácticas de responsabilidad social, se enmarcan adecuadamente en el accionar filantrópico o en el enfoque estratégico-instrumental. Sin embargo, las prácticas de responsabilidad social aplicables a las empresas privadas, y que podrían internalizarse en una empresa pública como EEEP, todavía se encuentran en un nivel bajo de desarrollo.

En tal sentido, sería una práctica recomendable realizar una revisión periódica de los indicadores Ethos de Responsabilidad Social, con el fin de monitorear los avances y retrocesos en la materia, para esto, se recomienda el empleo de la herramienta Web para evaluar estos indicadores.

El principal aporte de esta herramienta, además de la disponibilidad de edición de los ítems para adaptarlos a las características de la empresa evaluada, es que permite a los representantes de las instituciones, acceder a un registro

permanente de las evaluaciones, con lo cual se logra obtener un monitoreo en el tiempo de los avances o retrocesos.

La principal debilidad de esta herramienta, con respecto al tema de este estudio, es que está concebida bajo el contexto ético normalista, y las evaluaciones realizadas muestran resultados que indican cuan asociado a este contexto está la institución evaluada, no mostrando el nivel de asociación que tienen las prácticas medidas con otros contextos como el filantrópico. Como se aprecia, este es un ejemplo pragmático de las diferencias existentes entre los partidarios de las diversas corrientes de análisis de la responsabilidad social, por lo cual, para una investigación con objetivos como los enumerados en este estudio, es necesario que a partir de los resultados obtenidos, se realicen asociaciones de estas con los diversos contextos teóricos conceptuales, con lo cual se logra discernir acerca de la naturaleza de las prácticas de responsabilidad social de la empresa.

Bibliografía

- ARCOM. (27 de Noviembre de 2015). Mapas de concesiones mineras. Recuperado de: <http://ambar.utpl.edu.ec/es/dataset/mapas-de-concesiones-mineras>.
- Argandoña, A. (1988). The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*, 9/10(17), 1093-1102.
- Arráez, M. (27 de 1 de 2014). La fundamentación normativa de la ética empresarial: UNA propuesta sobre la justicia y el cuidado como valores centrales . Obtenido de Repositorio digital de la UNiversidad de Granada (Tesis Doctoral): <https://hera.ugr.es/tesisugr/22412694.pdf>
- Avendaño, W. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Nueva York: Harper & Row.
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Castro, R. (2013). *Indagación sobre el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Cali: Trabajo de Maestría, Universidad ICESI.
- CERES. (2011). *Guía CERES de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial*. Quito: CERES.
- CERES. (s.f de 2016). *Quiénes Somos*. Consorcio Ecuatoriana para la Responsabilidad Social. Obtenido de Sitio web de la Red CERES: <http://www.redceres.com/nosotros>
- Cohen, M. (2011). La aplicación restringida de Rawls en la ética de la empresa: una concepción política de la teoría de los *stakeholders* y de la moralidad de los mercados. *Revista Co-herencia*, 9(16), 145-184.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.
- Costa, M., Armijos, V., Paladines, J., & Martínez, V. (2015). Estudio empírico sobre el estado y tendencias de la responsabilidad social corporativa en Ecuador mediante el análisis de caso: del cantón de Loja. *REDMARKA*, 1(15), 43-67.
- Curto Grau, M. (2012). *La filantropía: ¿un acto de responsabilidad social?*. Madrid: Universidad de Navarra.
- Curto Grau, M. (Julio de 2012). *La Filantropía: ¿Un Acto De Responsabilidad Social?*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Escuela de Negocios Universidad de

Navarra . Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de Sitio web de la Biblioteca Virtual en Responsabilidad Social y temas relacionados.: <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2012/12/cuaderno-15-la-filantropia.pdf>

Donaldson, T., & Dunfee, T. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative Social Contract Theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252-284.

Donaldson, T., & Dunfee, T. (1999). *Ties That Bind. A Social Contract Approach to Business Ethics*. Boston: Harvard Business School Press.

Ecuador, A. N. (16 de Julio de 2013). Ley Reformatoria de la Ley de Minería. Obtenido de Asamblea Nacional del Ecuador: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiCyMn9oJbWAhUI82MKHYDIC4wQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fppless.asambleanacional.gob.ec%2Falfresco%2Fd%2Fd%2Fworkspace%2FSpacesStore%2Fd3ca1336-8acf-437b-9b08-0a8bed2363b0>

EEEP. (2017a). Creación: del Objeto de la empresa. Obtenido de Sitio Web de Ecuador Estratégico EP: <http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/creacion/>

EEEP. (Julio de 2017b). Estructura orgánica funcional. Obtenido de Web de Ecuador Estratégico EP: <http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/images/leytransparencia/MatricesJunio2017/Literal%20a1.pdf>

EEEP. (Junio de 2017c). Planes y programas de la institución en ejecución. Obtenido de Web de Ecuador Estratégico EP: <http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/images/leytransparencia/MatricesJunio2017/Literal%20k.pdf>

EEEP. (2017d). 22 Cantones se beneficiaron de la construcción de proyectos viales. Obtenido de EEEP: <http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/22-cantones-se-beneficiaron-de-la-construccion-de-proyectos-viales/>

EEEP. (s.f). Misión/Visión/Valores. Obtenido de Sitio web de la Empresa Pública Ecuador Estratégico: http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/misionvisionvalores_/

Ethos. (2006). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. São Paulo: Ethos.

Ethos. (2017). *Indicadores Ethos para negocios sostenibles y responsables*. Obtenido de Web del Instituto Ethos: <https://indicadoresethos.ethos.org.br/Login.aspx?ReturnUrl=%2fLogin.aspx%3fReturnUrl%3d%2f>

- Ferreira, C., & De Moran, M. (2011). La responsabilidad social corporativa (RSC) en la bases de Datos SCOPUS y WOS (Estudio Bibliométrico). *EDICIC*, 1(4), 141-160.
- Francés, P. (2012). Capitalismo kantiano y el modelo stakeholder: la necesidad de una ética empresarial de la justicia. *Las Torres de Lucca*, 43-74.
- Frederick, W. (1960). The growing concern over social responsibility. *California Management Review*, 2, 54-61.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. (2004). The stakeholder approach revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 5(3), 228-241.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. Obtenido de Sitio web de la Universidad de Colorado: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- González, E., & García, M. (2006). La responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Europa: la apuesta por un nuevo modelo de empresa. Una revisión crítica desde la ética empresarial. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 6, 157-171.
- Goodpaster, K., & Ciulla, J. (1989). Note on the corporationas moral enviroment. En K. Andrews, *Ethics in Practice: Managingthe moral corporation* (págs. 89-98). Boston: Haevard Business Review.
- Hasnas, J. (1988). The normative theories of business ethics: a guide for the perplexed. *Business Ethics Quarterly*, 8(1), 19-42.
- Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Instituto Ethos. (2016). Instituto Ethos. Obtenido de Web del Instituto Ethos: <https://www3.ethos.org.br/>
- ISO. (2010). *ISO26000:2010 Guía sobre responsabilidad social*. Ginebra: ISO .
- Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society framework and issues*. Belmont: Wadsworth Pub.Co.
- Lozano, J. (1999). *Ética y Empresa*. Madrid: Trotta.
- Melé, D. (1997). Actuación social de la empresa. En *La aportación de la empresa a la sociedad*. Barcelona: IESE, Universidad de Navarra.
- Murillo, A. (2006). Peter Drucker, Innovador maestro de la administracion de empresas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 2(2), 69-89.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica* (Segunda ed.). Madrid: ESIC.

- Observatorio de RSC. (2014). Las políticas públicas en torno a la Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de Web del Observatorio de RSC: https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_Politiclas_Publicas_modificado-06.06.14_OK.pdf
- Orquera, M., D´ Ambrosio, G., & Acosta, B. (2014). La responsabilidad social corporativa en economías en desarrollo: Una visión de la realidad ecuatoriana. *Espacios*, 35(2), <http://www.revistaespacios.com/a14v35n02/14350206.html>.
- Palacios, O. L., Granados, L. M., & Villafañez, L. C. (2014). Guía para construir estados de arte. Bogota: ICAK.
- Phillips, R. (1997). Stakeholder Theory and A Principle of Fairness. *Business Ethics Quarterly*, 7(1), 51-66.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy & Society: the link between competitive advantage and Corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 74(12), 78-92.
- Reyes, A. (2004). Los Fines de la Empresa. En A. Reyes, *Administración de Empresas Teoría y práctica* (págs. 83-85). Mexico, D.F: Limusa.
- Rodríguez, J. (2007). Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Ekonomiaz*, 12-49.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Sanborn, C., & Portocarrero, F. (2008). *Filantropía y cambio social en América Latina*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico ; David Rockefeller Center for Latin American Studies.
- Volpentesta, J. (2016). Confluencia de Teorías en torno a la responsabilidad Social Empresaria (RSE). *Ciencias Administrativas*, <http://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/download/2499/2639>.

Evaluación externa de la responsabilidad social.

La percepción sobre la responsabilidad social asumida por la Empresa Ecuador Estratégico EP por parte de los Stakeholders externos (Sociedad y Ambiente). Se abordó mediante la aplicación de una encuesta cerrada a los representantes de las ocho parroquias beneficiadas por los diversos proyectos ejecutados a través la Empresa Pública Ecuador Estratégico (un representante por parroquia), esta encuesta consto de los siguientes segmentos:

1. **Características de la intervención y publicidad:** esta sección pretende identificar el nivel de conocimiento local sobre la naturaleza y el fin del proyecto ejecutado en la parroquia evaluada, así como el grado de reconocimiento en esta de la Empresa Pública Ecuador Estratégico.
2. **Economía y finanzas:** Busca determinar la percepción de los representantes de la comunidad beneficiada con algún proyecto ejecutado por Ecuador Estratégico EP en base al nivel de mejora de las condiciones económicas y financieras de los pobladores, empresas locales y de la parroquia en general tras la aplicación del proyecto.
3. **Compromiso con la Comunidad:** son las acciones que la organización realiza adicionales a aquellas que están dirigidas a cumplirle a sus beneficiarios. Se refiere, a las acciones que lleva a cabo con el fin de impactar y colaborar a la comunidad, bien sea directamente o vinculándose a proyectos de otras instituciones o del Estado.
4. **Medio Ambiente:** es el compromiso que la organización tiene frente el medio ambiente y el desarrollo sostenible/sustentable; y las acciones que efectivamente la organización tiene implementadas al respecto, como son: política de reciclaje, ahorro de energía, etc.

Anexos

Anexo 1. Encuesta de percepción externa sobre responsabilidad social

Características de la intervención y publicidad

	Pregunta	No	Muy Poco	Si	NA
a)	Conoce usted a la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP?				
b)	La empresa Pública Ecuador EP mantiene contacto constante con la parroquia (sus representantes o con actores individuales)?				
c)	Conoce Usted que es la Responsabilidad Social Empresarial y como esta debe vincularse con la Sociedad en sus distintos niveles de organización (Personas, Economía local y Ambiente)?				
d)	Conoce cuales y Cuantos Proyectos a desarrollado la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP en su comunidad?				
e)	Conoce cual el objetivo principal de la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP?				

Economía y finanzas

	Pregunta	No	Muy Poco	Si	NA
a)	Considera que el, o los proyectos ejecutados por la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP en su comunidad han mejorado sus ingresos?				
b)	Considera que el, o los proyectos ejecutados por la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP en su comunidad han mejorado las intenciones y/o las condiciones para la generación de nuevos emprendimientos por parte de comerciantes locales o externos?				
c)	Considera usted que luego de la implementación del Proyecto en su parroquia por parte de la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP ha mejorado la situación económica general de dicha parroquia?				

Compromiso con la Comunidad

	Pregunta	No	Muy Poco	Si	NA
a)	Se ha generado algún daño o impactos negativo en la comunidad por la actividades que en esta realiza la empresa pública Ecuador Estratégico?				
b)	Si la respuesta anterior fue “Si” o “Muy Poco”, a su juicio, la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP ha asumido la responsabilidad de los daños o impactos negativo de sus acciones y en consecuencia, ha enmendado oportuna y ágilmente estos daños?				
c)	Además del proyecto desarrollado en su comunidad, la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP, ha estimulado de alguna manera la formación de redes de acción social?				
d)	La Empresa Pública Ecuador Estratégico EP, promueve el trabajo voluntario de sus colaboradores con la comunidad?				
e)	La Empresa Pública Ecuador Estratégico EP, Facilita recursos no financieros (espacios, equipos, tecnologías, capacidades técnicas y directivas de sus funcionarios y colaboradores) necesarios para el desarrollo de proyectos y actividades de la comunidad?				

Medio Ambiente

	Pregunta	No	Muy Poco	Si	NA
a)	Indistintamente del tipo de proyecto que la empresa pública Ecuador Estratégico desarrolla en su comunidad, esta despliega algún otro tipo de emprendimiento en favor del medio ambiente?				
b)	Considera usted que el proyecto desarrollado por la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP en su parroquia, de alguna manera vulnera el medio ambiente?				
c)	Considera que la Empresa Pública Ecuador Estratégico EP ha tomado en cuenta a la comunidad o a sus tradiciones y costumbres para orientar los proyectos que desarrolla de manera que se adapte a las condiciones medioambientales y culturales del lugar donde estos son ejecutadas?				

Anexo 2. Lista de contactos de los representantes de la con unidad que participaron como stakeholder externos en la evaluación Ethos de responsabilidad Social

INFORMACION DE INTENDENTE, JEFES, TENIENTES POLITICOS Y COMISARIOS PROVINCIA DE NAPO			
NOMBRES Y APELLIDOS	TELEFONO CELULAR	CANTON	CARGO
FERNANDO GEOVANNY MACHADO MALIZA	0991010110	PROVINCIA NAPO	INTENDENTE DE NAPO
ISAIAS BARTOLOME PASOCHOA GUALI	0980657557	AROSEMENA TOLA	COMISARIO AROSEMENA TOLA
RODRIGUEZ AGUINDA LUCIA MARY	0995788446	TENA	JEFA POLÍTICA TENA
MARIA PRISILA TAPUY ANDI	0998173430	TENA	COMISARIA TENA
ANGEL VINICIO AVEROS DORANGO	0995249172	TENA	TP PUERTO NAPO
ANDI LOPEZ RAUL JAIME	0984158451	TENA	TP TALAG
CERDA ALVARADO EFRAIN FRANKLIN	0968750165	TENA	TP PANO
ROBERTO ABELINO ALVARADO GREFA	0988911635	TENA	TP AHUANO