
Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19

Nancy V. Quinaluisa

Sandra C. Muñoz

Mariela S. Andrade

Diana I. Cadena

Universidad Estatal de Milagro

Milagro, Ecuador

Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Quevedo, Ecuador

Abstract: *Social responsibility consists of an active and voluntary contribution, by one or several companies, to the improvement or social, economic and / or environmental growth of a country, a region or even the world. The aforementioned contribution functions as a two-way advantage, since companies not only contribute to the socioeconomic or environmental improvement of a group of individuals, but also position themselves as committed and responsible companies. The prolongation of the social and economic crisis in Ecuador and worldwide, caused by the COVID-19 pandemic, has transformed the pattern and daily life of the business sector's working life in each of its areas, mainly in the Responsibility approach. Social Business. The objective of the research is to know the initiatives of the proposed contributions of the companies in the time of the COVID-19 pandemic. For the development of the work, the documentary bibliographic methodology referring to news and events given by the covid-19 was used. The results obtained show the commitment under the framework of social responsibility by several companies, finally one of the specific conclusions is the invaluable commitment for the benefit of the Ecuadorian citizens.*

Keywords: *Social responsibility - social growth - economic growth.*

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

Iniciativas de responsabilidad social que las empresas de Ecuador han puesto en marcha frente al COVID-19.

Resumen: *La responsabilidad Social consiste en una contribución activa y voluntaria, por parte de una o varias empresas, al mejoramiento o crecimiento social, económico y/o ambiental de un país, una región o incluso del mundo. Mencionada contribución funciona como una ventaja de doble vía, dado que las empresas no solo aportan al mejoramiento socioeconómico o medioambiental de un grupo de individuos, sino que además se posiciona como empresas comprometidas y responsables. La prolongación de la crisis social y económica en Ecuador y a nivel mundial, causada por la pandemia COVID-19, ha transformado el patrón y la cotidianidad de la vida laboral del sector empresarial en cada uno de sus ámbitos, principalmente en el abordaje de la Responsabilidad Social Empresarial. El objetivo de la investigación es conocer las iniciativas de los aportes propuestos de las empresas en el tiempo de pandemia COVID-19. Para el desarrollo del trabajo se utilizó la metodología bibliográfica documental referente a noticias y sucesos dados por el covid-19. Los resultados obtenidos muestran el compromiso bajo el marco de responsabilidad social por varias empresas, finalmente una de las conclusiones específica es el compromiso invaluable en pro del beneficio de la ciudadanía ecuatoriana.*

Palabras Claves: *Responsabilidad social – crecimiento social – crecimiento económico.*

Introducción

La pandemia del COVID-19 ha deprimido a la economía ecuatoriana, sin embargo, antes de la afectación de la pandemia, el Ecuador ya se encontraba en una situación de decrecimiento económico. Las medidas de aislamiento obligatorio implementadas por el Gobierno; la paralización del 70% del sector productivo y la caída insólita del precio del petróleo han provocado el colapso de la economía ecuatoriana. Esta realidad ha obligado a suspender grandes transacciones. El Gobierno está trabajando para inyectar capital a través de organismos multilaterales de financiamiento, en donde el Ministro de Finanzas prevé el crédito internacional por 2.000 millones de dólares para poder enfrentar la crisis

Frente a la crisis actual, las empresas que son socialmente responsables tienen la oportunidad para demostrar que su Responsabilidad Social no solo consiste en un discurso, sino que también se manifiesta en acciones concretas.

Las empresas tienen cuatro retos importantes con los que reforzarán su Responsabilidad Social: 1) cuidar a la gente; 2) cuidar el negocio; 3) cuidar a sus clientes y proveedores; 4) cuidar a la comunidad.

La historia demuestra que éste ha sido un tema de preocupación creciente, desde fines del siglo XIX, cuando Bismarck implantaba la primera legislación laboral moderna en el Imperio Alemán alrededor del año 1881 y León XIII manifestaba su preocupación por las condiciones laborales en la encíclica *Rerum Novarum* (1891) (Gómez & Loyola, 2004).

A inicios de 1920, el desarrollo de la filantropía empresarial se relacionaba al principio de la caridad y a la acción de la empresa como tal. Más tarde, en la década de los 50 y 60, se plantea como una obligación ética o moral. A partir de estas décadas las

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

organizaciones empresariales empezaron a asumir la responsabilidad social y es en los 60 que empieza a fortalecerse, iniciándose con el argumento de que si las empresas utilizan los recursos que posee una sociedad para realizar su labor, el sólo hecho de su uso genera un deber ético y por ende la entrega de beneficios a la sociedad, que permitan velar por el bienestar de la comunidad con la cual se encuentra estrechamente relacionada (Pesántez Merchán, 2013).

Desde mediados del siglo XX se consideraba que las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones. De ahí, que la responsabilidad social empresarial ya en los años 60 dejó de ser un discurso meramente filosófico y se convirtió en parte de la gestión empresarial en la década de los 70 (Camacho, Portales & de la Torre, 2012). Esto llevó a que sea en los años 80 que se conforme un contexto socialmente responsable basado en una dirección estratégica de las empresas aplicada a través de la teoría de los Stakeholders o grupos de interés que están vinculados a la organización en su labor comercial (López Martínez, 2010).

Es así que las organizaciones empresariales se vieron comprometidas a asumir el concepto de responsabilidad social corporativa, y entre los primeros casos que se puede nombrar al respecto es del Comité Conservador para el Desarrollo Económico de Estados Unidos, el cual emitió el informe “Responsabilidad Social de las Corporaciones de Negocios” en el año 1971 (Gómez & Loyola, 2004).

En este contexto, es fundamental señalar una de las principales iniciativas que originaron la responsabilidad social empresarial en un sentido mucho más objetivo, y es conocido como el “Pacto Global” (Global Compact) que se realizó entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado. Iniciativa propuesta por el Secretario General de Naciones Unidas, el Señor Koffi Annan, en el FORO ECONÓMICO MUNDIAL, que fue celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999 (Rojas & Olaya, 2009). En la actualidad la

responsabilidad empresarial toma un nuevo enfoque con relación a la forma de administrar los recursos dentro de las organizaciones dejando de lado las políticas empresariales clásicas que definían a las empresas como organizaciones que tenían como máxima y prioritaria actividad generar beneficios para los inversionistas, pensamiento que se ve reflejado en la declaración de la teoría propuesta por uno de los economistas referentes en este campo que afirmaba que la única responsabilidad social de los negocios consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley. Milton Friedman -premio Nobel de Economía en 1976 (Carreño, 2014).

En Latinoamérica, la Responsabilidad Social (RS) posee una configuración diferente de las prácticas en países llamados ‘desarrollados’ y, por ende, no se debería hacer comparaciones entre ellos. Los distintos criterios y marco conceptual en los que se basan los modelos de gestión de la RS son resultado de las diferencias en la evolución del desarrollo económico-social y la historia de las distintas regiones y países, así como también de sus diferentes tradiciones culturales. En consecuencia, la RS dirigida a las organizaciones se inserta igualmente bajo el mismo esquema interpretativo diverso y plural (Carreño, 2014).

La pandemia de enfermedad por coronavirus en Ecuador es una expansión del brote de COVID-19 que inició en Wuhan, China. Este hecho alertó desde inicios de 2020 a todos los países del mundo y a mediados de febrero llegó a Latinoamérica. Una de las incógnitas más frecuentes en relación con la crisis del COVID-19 es la razón por la cual algunos países han sido exitosos en contener al virus mientras que otros no han logrado parar el aumento en el número de infecciones. Esta es una pregunta que va más allá de simplemente comparar las medidas tomadas por los diferentes gobiernos. Las medidas tomadas por la mayoría de los gobiernos de los países industrializados han sido muy parecidas (House, 2020; Organization, 2020). Se han declarado estados de emergencia, se ha

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

limitado el movimiento de los ciudadanos, se han proporcionado fondos para la ayuda a la pequeña y mediana empresa, y múltiples campañas de información se han promulgado. Por lo tanto, las diferencias en el éxito de estas medidas no solamente dependen de cómo fueron implementadas, pero también depende de en qué contexto fueron implementadas (Von Feigenblatt, 2020).

Iniciando desde el gobierno y entidades, apelan a esa responsabilidad ciudadana para dejar a un lado los comportamientos incívicos, picarescos e incluso delictivos, cumpliendo con la cuarentena y quedándonos en casa, teniendo extremo cuidado con los contagios tanto para protegernos personalmente como a los colectivos más vulnerables.

Por un lado, las medidas legales tomadas por el gobierno, obligando a cerrar determinadas actividades por emergencia sanitaria, pone en una difícil situación a multitud de empresas de servicios y minoristas que, sin público al que atender, ven cómo sus ingresos se desploman sin remedio y sólo les queda refugiarse en la venta online aquellas que están en disposición de enfocar su negocio a ese canal. Para el resto, la solución discurre inevitablemente por la redistribución de tareas y desarrollo planes de contingencia para adaptarse a la nueva situación.

El Pacto Mundial de la ONU pide a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anti-corrupción. En Ecuador se relaciona de la siguiente forma: Apoyo financiero, Derecho Humanos, Normas laborales, Medioambiente y Anticorrupción. El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil, comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica.

CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social y Sostenibilidad), impulsa y difunde las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, que son aquellas que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador y es aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras de responsabilidad social en la región y convirtió en la plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad.

El Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social y Sostenibilidad informó que ante la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 las instituciones de gobierno, la sociedad en su conjunto y la empresa privada se encuentran sumando esfuerzos para enfrentarla de la mejor manera. Algunas organizaciones apoyan y destinan recursos de todo tipo para enfrentar los problemas más elementales, otras aseguran su funcionamiento eficiente sin descuidar la salud y el bienestar de sus colaboradores.

El Consortio hizo una recopilación con varias de las acciones que sus miembros de están implementando para enfrentar la crisis, misma que se irá actualizando continuamente.

Metodología

Materiales

Computadora

Internet

Recursos humanos

Bibliografía

Linkografía

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

Método

El trabajo metodológico aplicado en la presente investigación es de tipo documental, inicia con la selección de literatura especializada en abordajes sobre responsabilidad social y posterior la situación generada en tiempo de pandemia del COVID-19, la situación económica que enfrenta el Ecuador y los aportes generados por distintas empresas en aspectos sociales y económicos en pro del ser humano. En la actualidad estudios sobre Responsabilidad social en el tiempo de pandemia, carece de publicaciones.

Discusión

El Ecuador al igual que muchos otros países han sido afectado por la pandemia del COVID-19, es en estos momentos de crisis donde las empresas deben buscar alternativas viables que les permitan continuar con sus operaciones y a la vez, retribuir a la sociedad, en la medida de lo posible, apoyo o ayuda en forma de acciones bajo el marco de Responsabilidad Social Empresarial.

El País ha recibido oportunos aportes durante el tiempo de pandemia por parte de varias empresas tanto nacionales e internacionales que poseen franquicias en Ecuador. El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social mantiene registro de las empresas que voluntariamente se han sumado en la contribución social del país.

A continuación, se citarán varias empresas con sus respectivas distinciones de aportes, mismos que contribuyen a la responsabilidad social empresarial, de igual manera se enlistaran nombres de empresas que también se sumaron al aporte por el provenir ecuatoriano, sin embargo, esto no significa que sean menos importantes de aquellas que se generan información en función a sus contribuciones realizadas bajo el marco de Responsabilidad Social.

La empresa multinacional The Coca-Cola Company, a través de la fundación Coca-Cola, ha realizado múltiples contribuciones, equivalentes a más de 100 millones de dólares, para contrarrestar la propagación de COVID-19. Estas acciones fueron a través de donaciones monetarias, entrega de equipos médicos a hospitales durante la fase de propagación, donación de mascarillas, guantes y otros productos de salud a diversas comunidades, entre otras acciones.

Banco Guayaquil, Reforzó su atención médica a través de sus dispensarios de salud y la opción “Médico en Línea”, y de esa manera poder atender cualquier consulta o requerimiento de sus colaboradores y de sus familias. También, crearon líneas de WhatsApp 24/7 en las tres regiones de la institución (norte, centro y sur). Entendiendo que la anticipación es clave, desde el mes de enero, habían intensificado y reforzado los protocolos de limpieza y desinfección de todas y cada una de las áreas de trabajo y agencias.

Por otra parte, para minimizar el nivel de contacto, activaron la modalidad “Home Office”, en el que cada departamento tiene asignados días y horarios para trabajar desde su domicilio Direc TV, consciente de la responsabilidad social que debe asumir extendió el acceso a una mayor cantidad de señales hasta el 15 de abril inclusive. El beneficio incluye hasta 91 señales de diversos géneros dependiendo del plan, tecnología y países de la región donde ofrece su servicio de TV satelital. La oferta de programación también se extiende a la plataforma de streaming regional DIRECTV GO, sin costo adicional. Los suscriptores de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay podrán disfrutar de hasta 35 señales adicionales en vivo y ondemand, sin cargo.

La Universidad Técnica Particular de Loja ha realizado la socialización interna de campaña preventiva sobre el COVID-19, compartiendo datos sobre el virus. Se habilitaron conferencias, documentales, revistas digitales, podcast, videojuegos y cursos

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

totalmente gratis. Habilitaron cine familiar en línea, en el que se promueven las películas ecuatorianas.

A través del Centro de Innovación Prendho UTPL, la asociación de estudiantes de medicina, Tachapir- emprendedores Prendho y otros actores de la sociedad, activaron el voluntariado para la impresión de material médico a través de máquinas de impresión 3D. La biblioteca Benjamín Carrión de la UTPL, habilitó libros para leer en línea.

El Banco de Alimentos de Loja, voluntarios UTPL, en coordinación con otros actores de la sociedad, activaron la campaña "Abrazo con el corazón", en la que recaudan alimentos e implementos de higiene, para armar canastas y entregarlas a personas que conforman los grupos de atención prioritaria.

Diners Club Ecuador aportó USD 3 millones a la campaña Sumar Juntos. El dinero irá al fideicomiso creado para la adquisición de insumos y equipos que el país requiere. La donación realizada por Diners Club contribuyó a la adquisición de pruebas de detección de Covid-19, respiradores, mascarillas, trajes de seguridad, lentes protectores, guantes, medicinas y otros. Los recursos servirán para la compra de insumos médicos que serán distribuidos por el Ministerio de Salud Pública.

Grupo DIFARE entregó 45.000 kit de alimentos repartidos a diferentes organizaciones y albergues ubicados en zonas al noroeste y sur de la ciudad de Guayaquil, principalmente así, como a otros cantones. El programa busca agrupar el esfuerzo de la empresa privada y pública, con logística del Banco de Alimentos Diakonía, que impulsa esta campaña para asistir con alimentos a familias afectadas por el COVID-19.

Un aporte adicional, realizó la empresa Dyvenpro del mismo grupo empresarial con la entrega de 14.000 unidades distribuidas

entre sus productos de frutas WanaBana® y barras de granola Quinde que son alimentos que contribuyen a elevar las defensas y fortalecen el sistema inmune como son la fruta y el cereal.

El Directorio de Banco Pichincha, el pasado viernes 27 de marzo, aprobó una donación inicial por 10 millones de dólares para la compra de insumos médicos que contribuyan a detener la expansión del coronavirus, y para proteger a las personas que ofrecen sus servicios sanitarios en los centros hospitalarios.

Estos insumos, se canalizaron a través del Ministerio de Salud Pública, incluyen entre otros: pruebas de detección de COVID-19, respiradores, mascarillas, trajes de seguridad, lentes protectores, guantes, medicinas, etc.

Estos recursos serán canalizados a través de un fideicomiso para garantizar su buen uso y, a más del control del Banco, se consideró oportuno invitar a representantes de reconocidas Universidades del país para la supervisión del proceso de compra y distribución de los insumos.

Los centros de educación superior convocados e invitados son: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela Politécnica del Litoral, Universidad del Azuay, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Universidad San Francisco de Quito, Universidad de las Américas, Universidad Espíritu Santo y, Universidad Técnica Particular de Loja.

Banco Pichincha hace un llamado para que más empresas, sectores y personas naturales se sumen a ésta, y a otras iniciativas organizadas, para contribuir entre todos a superar la crisis sanitaria que vive el país. Para ello, el Banco realizará las gestiones que permitan conseguir un aumento significativo de este Fondo y abrirá una cuenta que recolectará las donaciones económicas complementarias.

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

Como parte de la transparencia en el manejo de estas donaciones, la Fiduciaria emitirá reportes periódicos de gestión de los recursos, donde se informarán las acciones cumplidas y se incluirá el nombre de todos los donantes.

Corporación Favorita ante la emergencia sanitaria por la expansión mundial del COVID19 activó el siguiente protocolo de prevención y control de riesgos, para sus locales, oficinas, centro de distribución, comedores y centros médicos. En los locales se implementaron protocolos de desinfección permanente de clientes, personal, coches e instalaciones, medidas de bioseguridad, uso de guantes y anteojos de protección, alejamiento, distancia mínima preventiva dentro y fuera del local, uso de empaques en productos frescos, reducción de jornada de atención.

Además, se implementaron ciclos de resguardo a grupos vulnerables, con los colaboradores, y sistemas de Teletrabajo, junto con varios protocolos de seguridad en todas las instalaciones de la Corporación.

Algunas otras empresas que han realizado su valiosa contribución se encuentran: Equapak, FIAS, Solgold, Empresa eléctrica Riobamba, Corporación Maresa, Lundingold, Moderna alimentos, Roche, Sálica del Ecuador, Plan Internacional, EMAC, Elecaastro, Grupo Corporativo CID, grupo Graiman, Las empresas públicas y entidades metropolitanas (EPMAPS), Laboratorios Bagó. HIAS, Fundacion Huancavilca, Fundacion Fidal, Repsol, Kruger, DP World Posorja, Banco Pacifico, Produbanco, Biolamentar, Grupo Futuro, Transportadora de crudo OCP Ecuador, UNACEM Ecuador. CAPECO, La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP

Conclusiones

Hoy mas que nunca se hace impertivo el aplicar políticas de Responsabilidad Social en las empresas, ya no solo como una

cuestión estratégica o de marketing social, sino como una característica intrínseca de las organizaciones frente a la situación de emergencia sanitaria que vive la humanidad.

A pesar de la difícil situación que se viven tanto como país y mundialmente frente al COVID 19, empresas ecuatorianas han generado impactos muy notables a nivel humanitario, siendo parte de los estándares de responsabilidad social.

Las empresas ecuatorianas generaron iniciativas de responsabilidad social durante el tiempo de pandemia con sinnúmeros aportes tantos económicos y de gestión social (medidas de protocolo) desde sus propias empresas.

Grandes empresas han ajustado sus respectivas estrategias de negocio para continuar operando y al mismo tiempo poder apoyar a un vasto número de personas. Cada una puede apoyar, sin importar el tamaño del aporte, desde la naturaleza de sus negocios. Es importante durante estos tiempos complejos y de adversidad que las empresas asuman una visión distinta, permeada de solidaridad, que permita aportar un granito de arena al fortalecimiento de la sociedad.

Referencias

- Aldeanueva, I. (2011). Responsabilidad Social en la Universidad: Estudio de casos y propuesta de despliegue (tesis doctoral). España: Universidad de Málaga.
- Carreño, W. (2014). Barreras a la implementación de la responsabilidad social en las microempresas agrícolas del cantón Quevedo, año 2014. Revista científica y tecnológica UPSE, 2(1).

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.

- Correa, M. E. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial (Vol. 85). United Nations Publications.
- Gómez, C., & Loyola, N. (2004). Responsabilidad Social Empresarial en materia de relaciones laborales. Seminario de Título para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Administración. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Escuela de Economía y Administración.
- López Martínez, G. (2010). La realidad española de la RSC a través de los informes de sostenibilidad de las empresas en el bienio 2006-2007 (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones).
- House, T. W. (2020). Coronavirus (COVID-19). Retrieved Octubre 7, 2020, from <https://www.coronavirus.gov/>
- Perdomo, J., & Escobar, A. (2011). La investigación en RSE: una revisión desde el management. Cuadernos de Administración, 24(43), 193-219.
- Pérez, G., & Bedoya, D. A. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. Gestión y Ambiente, 8(2), 173-180.
- Pesántez Merchán, M. E. (2013). Análisis de la Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial y ventaja competitiva aplicada al sector agroindustrial Ecuatoriano (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay)
- Rojas Muñoz, A. L., & Olaya Garcerá, J. E. (2009). Responsabilidad social empresarial: su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Universidad Santiago de Cali, 12.
- Von Feigenblatt, Otto F. (2020). “Japón y el Covid-19 desde un punto de vista sociocultural”, Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón (noviembre 2020). En línea:

*Nancy V. Quinaluisa, Sandra C. Muñoz, Mariela S. Andrade,
& Diana I. Cadena*

<https://www.eumed.net/rev/japon/35/japon-covid19-sociocultural.html>

Zúñiga, L. B. (2017). La responsabilidad social empresarial en el sector agropecuario (Caso Energy & Palma). *ESTRATEGAS, Investigación en Comunicación*, 71-80.

Social responsibility initiatives that Ecuadorian companies have launched against COVID-19.