

09

Fecha de presentación: mayo, 2019

Fecha de aceptación: junio, 2019

Fecha de publicación: agosto, 2019

BENEFICIOS DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA DESDE LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

BENEFITS OF ORGANIC PRODUCTION FROM THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGY

Lenny Beatriz Capa Benítez¹

E-mail: lcapa@utmachal.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2841-5219>

Mario David Tello Mendoza¹

E-mail: mtello@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2157-2943>

Holger León González¹

E-mail: hleon@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1349-7840>

¹ Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Capa Benítez, L. B., Tello Mendoza, M. D., & León González, H. (2019). Beneficios de la producción orgánica desde la estrategia de responsabilidad social empresarial. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(2), 73-78. Recuperado de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes>

RESUMEN

En la actualidad resultan incuestionables las conexiones y dependencias que se establecen a todos los niveles sociales entre las personas, instituciones, agrupaciones y por consiguiente los efectos de cada una de las decisiones que asumen los mismos. Cada una de estas provoca un impacto social que impone el reto de dar una respuesta lo más coherentemente posible en un contexto de producción sostenible que bien pudiera ser la orgánica. Desde lo personal e institucional, se introduce entonces un necesario análisis sobre la responsabilidad, la ética y la práctica de conductas amigables en los procesos productivos que es posible gracias a la contabilidad de costos y en la presente investigación como elemento determinante en la decisión de la empresas. ¿Cómo lograrlo teniendo en consideración los requerimientos incuestionables de las empresas? En este contexto la lucha de las masas, relacionadas al precio y la calidad de los productos han provocado el interés por hacer frente a la relación empresa, cliente y ambiente.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, costos, beneficio, orgánico, ambiental.

ABSTRACT

At present, the connections and dependencies that are seen at all social levels among people, institutions, groups and the effects of each of the decisions that assume them. Each time a social impact occurs, it is imposed, resumed, responded to in a more coherent way possible in a context of sustainable production that could well be organic. From the personal and institutional, then, we present an analysis of the responsibility, ethics and practice of friendly behavior in production processes that is possible thanks to the cost accounting and in the present investigation as a determining element in the decision of the companies How to achieve it taking into account the requirements of the companies? In this context, the struggle of the masses, the relationship between company, client and environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, costs, benefit, organic, environmental.

INTRODUCCIÓN

Esta perspectiva nos acerca al reconocimiento de que toda empresa como organización es un sujeto con responsabilidad propia y por la cual ha de responder ante la sociedad. Se ha de tener en cuenta que existe una gran diversidad de actores que se involucran en ella y que cada uno por su lado debe asumir la responsabilidad que le corresponde. Al respecto Conill (2011), plantea que *“las empresas son instituciones que diariamente están tomando decisiones que afectan a su propio desarrollo: invertir más o no, formar a mis trabajadores o no formarlos, respetar el medioambiente o no respetarlo, etc. Esto significa que las empresas son organizaciones y quienes trabajan en ellas no toman decisiones como sujetos particulares, sino como miembros de la organización, que actúan y deciden tomando como base la libertad para actuar en un sentido o en otro”*. (p.11)

La cultura empresarial que se va creando en las empresas está sustentada en la concepción que cada una de estas organizaciones asuma a partir de criterios éticos de comportamiento.

Este nuevo modelo de empresa asume una responsabilidad económica, social y medioambiental que va más allá de la percepción tradicional de meras propiciadoras de beneficios económicos. Unido a la responsabilidad económica que asumen las mismas, han de propiciar transformaciones en el entorno en que se encuentran operando, dígame la generación de empleos, el incentivo hacia la innovación, el cuidado del medio ambiente, entre otros.

La responsabilidad social de la empresa (RSE) o la responsabilidad social corporativa (RSC) es entendida por autores como De la Cuesta & Valor (2003), como el *“conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos”*. Es importante destacar, que este enfoque contempla mucho más que el hecho de que las empresas cumplan con sus responsabilidades productivas y comerciales, estas deben a su vez ser consecuentes en sus obligaciones con sus clientes, empleados, la comunidad, distribuidores y medio ambiente (Lafuente, et al., 2003). En este sentido se debe remarcar que en su mayoría estas obligaciones se asumen de manera voluntaria ya que no existen, por lo general, regulaciones legales que obliguen a las empresas a cumplir con esta responsabilidad, pero las que han asumido una actitud socialmente responsable conjugan los

beneficios económicos con la percepción del impacto ambiental y social que las mismas provocan.

El estudio incluye como método la, la cuantificación de resultados obedece a la desagregación de los procesos de ciclo productivo que consta de diez procesos productivos descritos por Capa (2017), en su trabajo metodología para el registro de los costos de producción de banano Orgánico con enfoque ambiental, que se abstraen en la síntesis que se expone. Además del análisis documental; asociado a la responsabilidad social empresarial y de la contabilidad, se describen referentes documentales de importante trascendencia que para reflexionar sobre lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo.

La RSE es la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental. Ante las concepciones de administración se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Puede conceptualizarse como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y con sus interlocutores (Unión Europea, 2001, citado por Porto & Castromán, 2006).

Ser socialmente responsable no significa solamente acatar plenamente las obligaciones jurídicas, sino que es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Por su parte Gallo, citado por Verduzco (2006), sostiene que la RSE es la capacidad de una empresa para escuchar, atender, comprender y satisfacer las legítimas expectativas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo, orientando sus actividades a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como al cuidado y preservación de su entorno.

Para Medina (2006), la RSE debe ser parte de la esencia de la empresa y estar inscrita en la misión y visión de la misma, implicando un cambio integral e invirtiendo para ello los recursos y esfuerzos necesarios para realizar un proyecto de renovación de la imagen corporativa por convencimiento propio, permitiendo la participación activa de los involucrados debido a que se trata de la búsqueda de la calidad en todas sus acciones. Para Vives y Vara, citados por Rodríguez & Uzcátegui (2007), las empresas tienen el deber de asegurar que su contribución al desarrollo sea armónica, equitativa y sostenible, lo cual

sólo se consigue si se es responsable con todas las partes involucradas. El enfoque al bien común debe llevarlas a crear riqueza de manera justa y eficiente, respetando la dignidad y los derechos inalienables de los individuos (Ramos, 2006), lo cual implica evitar actos de corrupción en el gobierno corporativo y en las operaciones de toda la organización, así como implementar sanciones si ocurrieran.

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), organismo fundado en 1988 y de carácter privado, indica que una empresa socialmente responsable es aquella que tiene un compromiso consciente y congruente de cumplir íntegramente con su finalidad tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común (Porto & Castromán, 2006). Desde este punto de vista, la RSE es la conciencia del comportamiento y la acción de mejora continua medida y consistente que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes o *stakeholders* en lo particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona y de las comunidades en que opera, así como su entorno. Los *stakeholders* son las personas o grupos que tienen propiedad, derechos o intereses en una empresa y en sus actividades, pasadas, presentes o futuras, las cuales pueden ser legales o morales, individuales o colectivas (Rojas, M'Zail, Torcotte & Kooli, 2006). Se trata de que la empresa u organización sea más competitiva cumpliendo con las expectativas de todos los participantes en ella y de la sociedad en general, respetando la dignidad de la persona, de las comunidades y del medio ambiente en que opera (Sánchez, Placencia & Pedroza, 2007).

Caben en la RSE las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías como la democracia corporativa, el espíritu de cooperación de la empresa con sus clientes, proveedores, competidores y gobiernos. Se incluyen los compromisos de transparencia que adquieren las empresas con la sociedad y que se hacen efectivos a través de la rendición de cuentas verificables por organismos externos, al igual que la ciudadanía corporativa, entendida como los derechos y obligaciones de la empresa dentro de la comunidad a la que pertenece. Por lo tanto, las empresas que se comprometan con estas prácticas, pero que no tengan el marco adecuado, pueden llegar a creer que dicho compromiso es simple apariencia.

En la RSE intervienen tanto el liderazgo como la intención de sumar a otros, en la que el jefe, director o responsable, debe tener la capacidad para conducir a su organización a enfrentar eficazmente los problemas sociales y ambientales desafiantes. También debe haber una infraestructura que permita que la estrategia de negocios se incorpore a las operaciones de la empresa tales como incentivos apropiados para los empleados, sistemas que respalden la innovación, capacitación laboral que construya habilidades que permitan al personal tomar decisiones que estén en concordancia con el enfoque estratégico adecuado, así como sistemas para responder ante elecciones críticas. Si los trabajadores y los ejecutivos no tienen un entendimiento claro sobre la necesidad estratégica de la RSE, de poco servirá incluirla en la visión y misión de la compañía, o en los manuales de la empresa.

Para Seabra, Guilherme & Passos, citados por Somoggi (2005), la preocupación por el medio ambiente y por todas las personas que se relacionan con la empresa debe ser parte del actuar cotidiano, lo cual debe hacer de la búsqueda de la sustentabilidad del negocio una filosofía. La responsabilidad social es un conjunto de acciones: cuidar del clima, respetar al otro, valorar y hacer que el conjunto de colaboradores se perciba como parte de una misión más amplia en la empresa. Simplemente, para hacer mejores negocios se necesita una mejor interacción entre las partes involucradas en las estrategias organizacionales. Dicha integración es educacional pues si no existe un mínimo de educación, no hay pasión para actuar.

En numerosas naciones, en los últimos años, se percibe un incremento en el establecimiento de la RSE. Las cifras muestran cómo se han ido potenciando a la par los beneficios económicos con los que tienen que ver propiamente con ésta, dígase la responsabilidad con los trabajadores y clientes, el compromiso social, con el medio ambiente, entre otros. Estos resultados en muchas ocasiones son difíciles de cuantificar toda vez que se conoce que cada organización en mayor o menor medida incide en la sociedad en la que opera.

De manera general cada organización, y dentro de ellas se incluyen las universidades, resulta una pieza fundamental en el tejido social y a su vez ninguna puede lograr por sí sola resolver las problemáticas que se le presentan a la sociedad contemporánea.

Durante las últimas décadas se ha profundizado la preocupación por la falta de responsabilidad cívica, autores como Beck (1992); Inglehart & Welzel (2005); Duke (2008); Print y Milner (2009), entre otros, lo han

manifestado en diversos trabajos sobre el tema y hacen referencia a su vez, al papel de la educación para contrarrestar los efectos de este fenómeno.

Por otro lado, los sistemas de costos tradicionales se han utilizado básicamente para determinar el costo del bien o servicio dentro de las empresas y fijar los precios de comercialización. Sin embargo, hoy en día para poder alcanzar ventajas competitivas y lograr la satisfacción del cliente, se hace necesario la aplicación de sistemas más avanzados que proporcionen información que contribuya a mejorar los procesos y a la toma de decisiones estratégicas. Surgen de esta manera los sistemas de costos basados en actividades, que buscan satisfacer las necesidades de información respecto al costo de los recursos asignables a los productos, servicios, clientes y canales de distribución, lo que hace posible una gestión basada en actividades. Así pues, se logran identificar actividades que generan o no valor añadido, originando la oportunidad de reducir costos y mejorar los procesos, este enfoque global se conoce como cadena de valores, dentro del cual la empresa es sólo una parte, ya que permite el análisis desde los componentes básicos de las materias primas hasta el consumidor final (Fernández, 2000).

El STC se originó a principios del siglo XX, cuando los materiales y la mano de obra directa eran los factores predominantes, la tecnología se mantenía estable y los gastos indirectos de fabricación soportaban las actividades para los procesos de producción. Las compañías que elaboran pocos productos y cuyos gastos indirectos de manufactura no eran significativas en comparación con los costos directos, reconocían al STC como útil y exacto. Actualmente, los sistemas aplicados por algunas compañías, y que han sido diseñados para valorizar inventarios con el propósito de preparar los estados financieros y pagar impuestos, no proporcionan a los administradores la información oportuna y pertinente para introducir mejoras en la eficiencia operacional y medir los costos de los productos (Juárez, Rodríguez, López, López & Arenas, 2006).

En definitiva, nos encontramos ante una situación muy preocupante a nivel mundial y donde la única forma de tomar medidas efectivas está en la participación activa de todos los agentes al mismo tiempo: empresas, Estado y ciudadanos. (Ballester, 1990)

MATERIALES Y METODOS

Para dar cumplimiento al objetivo de la investigación el estudio se ha centrado en la desagregación de consideraciones administrativas como: estrategias y sistemas de gestión empresariales, en armonía con aspectos propios de la temática, en sus dimensiones

social económica y ambiental. Información necesaria para la construcción de indicadores que dependen de innumerables factores y objetivos a escalas temporal, situacional y de condicionamiento del estudio.

Par ello, se han tomado en consideración los resultados obtenidos en la aplicación del estudio realizado a la producción de banano obtenidos a partir del costeo por proceso mediante la determinación de la relevancia del costo respecto del costo total de los cuáles se determina que la estrategia es la identificación del proceso que más beneficios otorga al cultivo. En escalas valorativas.

De este modo la importancia que revisten los costos en las decisiones. Sobré el aspecto se analizan, específicamente en el ámbito del costeo centra en el esfuerzo de entender cuál es el beneficio que aporta la información contable en la toma de las decisiones empresariales (Bermúdez, 2017).

Para un adecuado proceso de toma de decisiones, estas deben ser evaluadas atendiendo al costo-beneficio correspondiente a cada curso de acción. Ciertamente, este proceso constituye una de las mayores responsabilidades de las administraciones que se encuentran enmarcadas en los nuevos avances científicos y tecnológicos. Resulta importante, asimismo, determinar el costo de las actividades, en correspondencia, valorar el rendimiento realizada (Aguilera, 2017).

Y puesto que cada día toma mayor importancia para las empresas conocer, con el mayor rigor posible, el impacto ambiental que producen o pueden producir, pues continuamente se ven sometidas a presiones desde distintos ámbitos para conseguir su reducción o eliminación.

En el marco de la gestión empresarial, la identificación de los factores de riesgo ambiental y de sus efectos potenciales es el objetivo de distintos tipos de auditorías necesarias para la implantación y mantenimiento de Sistemas de Gestión Medioambiental, ya sea certificados según la norma ISO 14001, ya sea certificados según el Reglamento del Sistema de Gestión y Auditoría Medioambiental (EMAS). (Robles, 1999). Consecuentemente se ha considerado como elementos de repercusión los asociados al aire agua ambiente y el propio individuo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Existen una serie de documentos que han recogido algunas valoraciones sobre este tema, en ese caso destaca el Pacto Global de Naciones Unidas de 1999. En el año 2000, la OCDE por su parte, saca a la luz las Líneas Directrices para Empresas

Multinacionales, en las que se aboga por una contribución responsable de este tipo de las mismas a la sostenibilidad. Unido a estos se pueden mencionar algunas iniciativas propuestas desde la Comisión de las Comunidades Europeas como son el conocido Libro Verde (COM, 2001) y la Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas en las que se plantean como una necesidad impostergable reducir los costos económicos, medioambientales, sociales, entre otros, a la vez que se obtienen los beneficios a los que aspiran (De la Cuesta & Valor, 2003).

Lo que a continuación se plantea (tabla 1) es la suma de consideraciones referidas al costeo por proceso analizadas desde una visión de beneficio ambiental, que pretende ser una herramienta para apoyar la toma de decisiones en las empresas. Y que a tiempo permita la identificación y el conocimiento de los riesgos medioambientales asociados a las actividades productivas. Consideradas desde cada centro de trabajo o proceso productivo.

Tabla 1. Suma de consideraciones referidas al costeo por proceso analizadas desde una visión de beneficio ambiental.

PROCESOS	Costo por caja de 18,14 kg en dólares	%	RELEVANCIA DEL COSTO	% Protección	Beneficio Ambiental
01. Instalación del cultivo de banano	0.63120	7.62	Escasamente Relevante 7 A 12	3.73	PROTECCIÓN - AL TRABAJADOR
02. Manejo del cultivo	1.93010	23.30	Relevante 19 A 24	13.14	PROTECCIÓN - AL SUELO
03. Fertilización	0.60900	7.35	Escasamente Relevante 7 A 12	0.79	PROTECCIÓN - ATMOSFÉRICA
04. Control de maleza	0.33620	4.06	No es Relevante 1 A 6	2.79	PROTECCIÓN - AL SUELO
05. Control de plagas y enfermedades	0.72620	8.77	Escasamente Relevante 7 A 12	1.53	PROTECCIÓN - ATMOSFÉRICA
06. Riego	0.54560	6.59	Escasamente Relevante 7 A 12	2.32	PROTECCIÓN - AL AGUA
07. Cosecha	1.35490	16.35	Mayoritariamente Relevante 13 A 18	15.08	PROTECCIÓN - AL TRABAJADOR
08. Empaque	0.50350	6.08	No es Relevante 1 A 6	4.17	PROTECCIÓN - AL CONSUMIDOR
09. Paletizado	0.49210	5.94	No es Relevante 1 A 6	2.41	PROTECCIÓN - AL CONSUMIDOR
10. Gastos Administrativos	1.15630	13.96	Mayoritariamente Relevante 13 A 18	3.21	PROTECCIÓN - AL TRABAJADOR
Totales	8.2851	100		49.17	

CONCLUSIONES

No basta con realizar prácticas de RSE para ser socialmente responsable, sino que hay que cumplir con el concepto completo.

Si las empresas buscan las ganancias solamente podrán estar en riesgo en todo momento. Si éstas practican la RSE en el sentido amplio del concepto, las ganancias serán el resultado de su compromiso hacia todos y la sociedad, serán la recompensa de su compromiso social, lo cual ha sido posible en empresas de gran éxito y que son socialmente responsables, como las identificadas por los participantes.

La contabilidad de costos proporciona a la administración información relevante no sólo para la determinación del total de la agregación; sino que, además permite advertir otros elementos que influyen en el daño o beneficio al ambiente a fin de propiciar el control.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ballesteros, F. (1990). *Economía. El país*, 60-64.

Capa Benitez, L. B. (2017). Metodología para el registro de los costos de producción de banano orgánico con enfoque ambiental en Machala, provincia de El Oro, Ecuador. (Tesis doctoral). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Conill, J. (2011). Revitalizar las empresas para construir una buena sociedad. Valencia: Fundación ETNOR.

De la Cuesta, M., & Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*, 2755, 7-19. Recuperado de https://www.academia.edu/2980074/Responsabilidad_social_de_la_empresa_Concepto_medici%C3%B3n_y_desarrollo_en_Espa%C3%B1a

Duke, C. (2008). University Engagement: Avoidable Confusion and Inescapable Contradiction, *Higher Education Management and Policy*, 20 (2), 1-11.

Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lafuente, A., et al. (2003). *Responsabilidad Social Corporativa y políticas públicas*. Madrid: Fundación Alternativas.

Medina, L. M. (2006). La responsabilidad social de la empresa. X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Porto, N., & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*, 220, 67-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/395/39522004.pdf>

Robles, D. (1999). Riesgos medioambientales en la empresa. *Daphnia*, (16), 1-2. Recuperado de <http://www.daphnia.es/revista/16/articulo/382/Riesgos-medioambientales-en-la-empresa>

Rojas, M., M'Zali, B., Turcotte, M., & Kooli, M. (2006). Corporate social responsibility, the stakeholder approach and beyond: in search of theoretical explanations for "doing well while doing good". X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Sánchez, L.A., Placencia, M., & Pedroza, A. (2007). Diagnóstico exploratorio del nivel de responsabilidad social empresarial percibido por las empresas involucradas en el biocluster de occidente. XI Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Oriente (ITESO), Guadalajara.

Somoggi, L. (2005). Más que una estrategia, una filosofía. *Harvard Business Review*, 83(8), 17-28.

Verduzco, A. (2006). Responsabilidad social empresarial: de la dimensión corporativa a la personal. *The Anahuac Journal*, 6(1), 100-111. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/260037875_Responsabilidad_social_empresa_RSE_entre_las_ganancias_y_el_desarrollo_sustentable_Un_estudio_en_el_Sureste_de_Mexico