UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

TEMA:

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNA ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

AUTORES: CORNEJO VACA DANIELA SALOME
CHIRIBOGA NEIRA MARCO PATRICIO

ACOMPAÑANTE: Ing. Ligia Fajardo Vaca. MSc.

Milagro, Septiembre de 2017

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Nosotros, **Daniela Salome Cornejo Vaca** y **Marco Patricio Chiriboga Neira** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Grado, como aporte a la Temática "Responsabilidad Social una estrategia para el crecimiento empresarial" del Grupo de Investigación de la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía , concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 08 días del mes de Septiembre del 2017

Firma del Estudiante
Cornejo Vaca Daniela Salome
C.I.0925684797

Firma del Estudiante
Chiriboga Neira Marco Patricio
C.I. 0925684797

APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, **Ligia Meibol Fajardo Vaca** en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por los estudiantes **DANIELA SALOME CORNEJO VACA** y **MARCO PATRICIO CHIRIBOGA NEIRA**; cuyo tema es: **"RESPONSABILIDAD SOCIAL UNA ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL"**, que aporta a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD** previo a la obtención del Grado de **INGENIERO COMERCIAL** ; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 06 días del mes de Septiembre de 2017.

Ing. Ligia Fajardo Vaca
ACOMPAÑANTE
CC. 090482088-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: MSC. LIGIA MEISOL FAJARDO UPCA, MSC. MIGUEL ANGEL CASTILLO FAJARDO Y MSC. DAVID RICHARD PINCAY SANCHEZ

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de ING. COMERCIAL presentado por el (la) señor (a/ita) DANIELA SALOME CARMIJO UPCA

Con el título:

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNA ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[95]
DEFENSA ORAL	[4]
TOTAL	[99]
EQUIVALENTE	[49]50

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 08 de Sept del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	MSC. LIGIA FAJARDO U.	
Vocal 1	Miguel Castillo Fajardo	
Vocal 2	David Pincay Sanchez	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: MSC. LIGIA MEIBEL FAJARDO ORCO, MSC. MIGUEL ANGEL CEDILLO FAJARDO Y MSC. DAVID RICHARD PINCAY SANCHEZ L.

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de ING. COMERCIAL presentado por el (la) señor (a/ita) CHIRIBOGA MEIRA MARCO PATRICIO

Con el título:

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNA ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[94] 33
DEFENSA ORAL	[4]
TOTAL	[98] 33
EQUIVALENTE	[49] 16

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 08 de Sep del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	MSC. LIGIA FAJARDO O.	
Vocal 1	Miguel Cedillo Fajardo	
Vocal 2	David Pincay Sanchez	

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a nuestro Padre celestial por guiarnos en el buen camino, por darnos las fuerzas y perseverancia que necesitábamos para seguir luchando por nuestros objetivos, enseñándonos a encarar las adversidades y que la fe sumado con esfuerzo daría su recompensa. A Nuestros padres por su apoyo incondicional, por el esfuerzo que han hecho para darnos la mejor herencia de vida que en nuestra preparación. Agradecemos a cada uno de los maestros quienes con su conocimiento supieron aportar intelectualmente en beneficio de hacer de nosotros unas personas de bien.

Para ellos mi infinito agradecimiento

Daniela Cornejo y Marco Chiriboga

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarnos en el camino, a nuestras familias por ser un pilar, fortaleza, agradecerles por el esfuerzo que hicieron por darnos una educación y permitirnos culminar esta etapa en mi vida.

A los catedráticos quienes se han convertido en nuestro ejemplo a seguir para de esta manera contribuir con el desarrollo la sociedad.

A Nuestra acompañante la Ing. Ligia Fajardo Vaca. MSc. por su apoyo y por compartir su conocimiento aportando en mi vida académica.

El camino no ha sido sencillo, pero gracias a Dios hemos cumplido una etapa en nuestra vida.

Con cariño para Ustedes

Daniela Cornejo y Marco Chiriboga

ÍNDICE GENERAL

TEMA: "Responsabilidad Social una estrategia para el crecimiento empresarial"

RESUMEN

El presente trabajo de revisión de lectura aborda la temática Responsabilidad Social una estrategia para el crecimiento empresarial, pretende dar a conocer sobre las responsabilidades que las empresas tienen con sus clientes internos y externos, la sociedad en general en su contribución con la comunidad, de estos factores dependen mucho para su crecimiento empresarial. Una compañía socialmente responsable debe tener en cuenta los intereses de todos quienes hacen factible sus negociaciones, desde sus acciones y actividades que generan. Las organizaciones por su desarrollo en forma organizada, por el respecto, responsabilidad, ética, elaboración de productos y/o servicios de calidad, bienestar en la gestión de Talento Humano y de sus clientes, muy en particular con la sociedad en general, logran alcanzar muy meritoriamente un buen ambiente empresarial que genera beneficios, aportan a la comunidad, e incursionan favorablemente en su crecimiento empresarial, permitiéndoles ampliarse en nuevas plazas de mercados, a través de agencias, sucursales o formar parte de grupos empresarial, que les permite llevar un control y aporte significativo; aquí radica la importancia de las estrategias, como caminos y objetivos que les han permitidos llegar a cumplir con sus metas y crecimiento. La metodología aplicada es de tipo cualitativo, con enfoque descriptivo, no experimental, por las revisiones bibliográficas, a las que se tuvo acceso y obtener material necesario que nos permitió analizarlas y emitir nuestras conclusiones. La responsabilidad social empresarial debe estar direccionada por diferentes estrategias, como objetivos que impulsan el desarrollo y crecimiento empresarial, permitiéndoles transmitir el grado de importancia que representan los clientes para la organización así como para la sociedad en general; dentro del compendio del trabajo, bien direccionado establece como logro impulsar hacia un crecimiento empresarial y económicamente sostenible, en un contexto confuso ante la variabilidad socioeconómica y ante las múltiples actividades económicas que causan daño irreversible al planeta.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social, Estrategia, Crecimiento Empresarial

TITTLE: "Social responsibility a strategy for business growth"

ABSTRACT

The present work of reading review addresses the issue of Social Responsibility a strategy for business growth, aims to raise awareness about the responsibilities that companies have with their internal and external clients, society in general in its contribution to the community, of these factors are highly dependent on your business growth. A socially responsible company must take into account the interests of all who make their negotiations feasible, from their actions and activities that they generate. The organizations for their development in an organized way, for the respect, responsibility, ethics, elaboration of products and / or services of quality, well-being in the Human Talent management and its clients, in particular with society in general, manage to reach very meritoriously a good business environment that generates benefits, contribute to the community, and enter in favor of their business growth, allowing them to expand into new markets, through agencies, branches or join business groups, which allows them to take control and significant contribution; here lies the importance of strategies, such as paths and objectives that have allowed them to achieve their goals and growth. The applied methodology is qualitative, with a descriptive, non-experimental approach, by the bibliographical revisions, which were accessed and obtained necessary material that allowed us to analyze them and issue our conclusions. Corporate social responsibility must be guided by different strategies, such as objectives that drive business development and growth, allowing them to convey the importance of the clients to the organization as well as to society in general; within the compendium of work, well-directed, it establishes as an achievement the drive towards a business and economically sustainable growth, in a context confused by the socio-economic variability and the multiple economic activities that cause irreversible damage to the planet.

KEY WORDS: Social Responsibility, Strategy, Business Growth

INTRODUCCIÓN

Una sociedad, es el conjunto de seres vivos, que con conciencia se reúnen con sus semejantes en diferentes entornos, en medio de la independencia que tiene cada individuo, proporcionando de la misma facultad que tienen, razonamiento y aspiraciones con el fin de crear estrategias que permitan mantener un orden de las decisiones o planteamientos. La aplicación de la responsabilidad social empresarial ofrece pautas necesarias para vivir en esa comunidad, procura velar por el bienestar de todos, lo que implica privilegios, pero también compromisos que conlleva estas acciones.

Desde este punto de vista, la responsabilidad social es inherente al hombre y a su relación con la comunidad enlazando la relación de asumir la condición social de la empresa, comprendiéndose mediante el comportamiento humano, de manera que se refiere a las organizaciones expresamente al comportamiento colectivo, que busca una bien social. (Díaz Ortíz, 2013)

El Presente trabajo investigativo, busca desarrollar aspectos que permitan ubicar a la responsabilidad social empresarial (RSE), como elemento clave para impulsar el desarrollo de las organizaciones. Su propósito principal es, identificar y distinguir en qué medida la responsabilidad social influye efectivamente en el entorno laboral de las organizaciones, como una estrategia en el crecimiento empresarial.

El tema de la Responsabilidad Social atrae el interés de las parte interna y externa en las organizaciones, la Responsabilidad Social se interpreta de diversas maneras; las dos representaciones más comunes son: primera, la Responsabilidad Social puede empezar desde una perspectiva responsable en donde las organizaciones buscan bienestar común; y segunda, que la Responsabilidad Social parte de un acto deliberado en donde las organizaciones actúan de manera especulativa aplicando la toma de decisiones para satisfacer las metas personales de los propietarios. De cualquier manera en el mundo actual la Responsabilidad Social Empresarial incide en el crecimiento de la empresa.(Aguilera, A. y Puerto, 2012)

La responsabilidad social es una forma en el que se incorporan valores éticos a la organización, misma que fomenta el conocimiento de la responsabilidad social con el desarrollo de la sociedad. Cabe recalcar que la responsabilidad social empresarial aplicada en una empresa convierte en parte activa e integrante de la sociedad por lo que debe determinar cómo se va a implementar la responsabilidad social para mejorar sus actividades.(Aucapiña Maza & SinchiSinchi, 2012)

La práctica de la responsabilidad social y la ética en la gestión empresarial, está enfocada en el perfeccionamiento de la calidad de la gestión, el cual se enfoca en la prestación de los servicios de una organización de manera eficiente y eficaz en función de la comunidad que integra el entorno de las empresas y sus colaboradores.

El eje fundamental de la presente investigación es reconocer la importancia de la responsabilidad social empresarial para finalmente entender que una organización es aquella que

crece día a día por el personal que en ella labora, por lo que las organizaciones en el presente deben aportar de manera considerada con aquellos que laboran para ellos.

Para realizar esta investigación y cumplir con los objetivos establecidos, se plantea y elabora un marco teórico para la mejor comprensión y conocimiento del significado de responsabilidad social, su trascendencia y definición, su importancia, progreso y la relación existente entre sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial.

MARCO TEÓRICO

El Surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Desde comienzos de los años 90, el término responsabilidad social (RSE) se ha convertido en uno de los temas más interesantes en la academia y en el ámbito empresarial, sin embargo, sus bases conceptuales no son nada nuevas. Filósofos como Aristóteles, Platón, Freud, Sartre y teóricos de las ciencias económicas y empresariales como Paccioli, entre otros, discutían temas asociados a la teoría del bienestar y a la inclusión de las instituciones del individuo dentro de cada sociedad. Preocupaciones por el rol del individuo en el desarrollo de la sociedad, las posibles mejoras para sostener el crecimiento económico, las condiciones sociales requeridas para la vida humana, la avaricia humana y sus efectos, entre otros, son ejemplos de cuestionamientos de cada época para fomentar el desarrollo económico y social de cada comunidad. (Raufflet, Lozano, Barerra, & García de la Torre, 2012)

La Responsabilidad Social empresarial, ha sido ampliamente estudiada por diversas escuelas académicas, en tanto que en la literatura encontramos diversos conceptos al respecto. (Duque Orozco, Cardona Acevedo, & Rendón Acevedo, 2014) afirma que "*los deberes de los administradores para emplear políticas y tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos que se trazan y valores de nuestra sociedad*".

La Responsabilidad Social, refiere a nuestras acciones, específicamente al compromiso que debemos asumir y sus resultados, el impacto que generan nuestras actividades y decisiones

(personales y profesionales) dentro del contexto social. Demostrando que la responsabilidad social a lo largo de la historia de la humanidad ha tenido la necesidad de crear un marco legal a través de alianzas con las organizaciones, las cuales velen por el cumplimiento de la perspectiva social. (Mosquera, 2012)

Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones

En referencia a lo expuesto (Pesántez Merchan, 2013) afirma la existencia de 4 grandes enfoques a partir de los cuales se ha ido especificando la llamada responsabilidad social o corporativa, los cuales pueden ser catalogadas de la siguiente manera:

- **Enfoque liberal:** La responsabilidad social de un negocio es incrementar sus ganancias sin intentar asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le conciernen.(Vargas & R, 2013)
- **Enfoque según su Papel Social:** La responsabilidad social no es exclusiva de las organizaciones, sino de todos los Organismos de la sociedad aunque el papel de la empresa en el tema es vital en su legitimación.(Rafael & Sierra, 2013)
- **Enfoque según su Ética:** La responsabilidad social debe tener un enfoque integral, que reconozca dimensionar la moral moderadamente con el criterio económico consiguiendo la legitimidad o validez que demanda la organización como institución social.
- **Enfoque en la Actualidad:** busca la unificación de las organizaciones mediante percepciones sociales y medioambientales en sus procedimientos comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Estrategias de responsabilidad social interna

Se expresa que con las estrategias de responsabilidad social empresarial son aquellas que examinan y facilitan afianzar las fortalezas, supliendo las debilidades y de esta manera aprovechar las oportunidades reconociendo las posibles amenazas que se pudieren presentar, siendo aconsejable realizar un análisis completo, finalmente saber cuáles son los aspectos internos y externos de una organización.

Debido a todos los antecedentes existentes sobre la responsabilidad social he la importancia de establecer estrategias de responsabilidad social en las organizaciones, debido a que generan resultados e impactos positivos para su beneficio, el de sus colaboradores y para la sociedad, siendo la parte fundamental del diseño interno, formando parte del negocio. Se establece como parte de las estrategias de responsabilidad social el compromiso social, la solidaridad, la responsabilidad y la corresponsabilidad.

El objetivo fundamental de una organización es lograr una rentabilidad mayor al costo de oportunidad del capital invertido y para ello se debe considerar dos tipos de estrategias: la estrategia corporativa, la cual determinará en que negocio o mercado va a competir la organización, que será su ámbito de actuación considerando algunas medidas que componen la cartera de productos o su reducción, la delegación de actividades a otros agentes, la expansión hacia nuevos mercados, incursión en franquicias, posibles fusiones, entre otros.(Sebastián & Rodríguez, 2013)

La estrategia de negocios se considerada competitiva, pues depende de dos puntos claves, el nivel de diferenciación que pueda tener la empresa en relación con otras organizaciones cubriendo las mismas necesidades y su grado de eficiencia; estos dos puntos dependerán del adecuado uso de los recursos disponibles en los distintos departamentos de las organizaciones.(Briseño García, Lavín Verástegui, & García Fernández, 2011)

Lo expuesto, hace hincapié a la estructura de una estrategia que genere una oportunidad empresarial en la que se puede concretar cuáles son las fortalezas que permitirán el crecimiento progresivo de la empresa y aquellas debilidades que de manera positiva contribuirán a la obtención de un objetivo real que es lo que verdad se espera alcanzar mediante la unión compactada de un negocio y la responsabilidad social que permitirá un enfoque que contribuya al crecimiento de la sociedad.

Concepto de Estrategia

Existen varias apreciaciones en cuanto a la definición de estrategias, que remonta desde hace miles de años en la disciplina militar, cuando se buscaba pasos o procesos para derrocar al enemigo y lograr alcanzar la victoria esperada.

Según Alfred Chandler define a la estrategia *"el elemento que determinaba las metas básicas de una empresa, a largo plazo, así como la adopción de curso de acción y de la asignación de los recursos necesarios para alcanzar estas metas"*.

Para Henry Mintzberg la estrategia es: *"el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo"*.

Según (Rafael & Sierra, 2013) la estrategia es: "*la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas*"

En referencia de los diversos conceptos de estrategia podemos interpretar que es el patrón o plan que dispone las principales metas y políticas de una organización, establece la sucesión coherente de las acciones a realizar; las metas u objetivos establecen lo que se va a alcanzar y cuándo serán conseguidos los resultados, pero no establecen cómo serán logrados.

Estrategias como fundamento de la planeación empresarial

Se refiere a la estrategia en todos los ámbitos: negocios, política, religión y cultura, que se desarrollan. Este vocablo se convirtió en una acepción de uso generalizado, que debe adornar o formar parte en toda la literatura relacionada con distintos campos del conocimiento. De la mano de la estrategia surgen también una serie de conceptos afines que tienen relación con: Estratega, planeación estratégica, administración estratégica, gestión estratégica, evaluación estratégica, diagnóstico estratégico, entre otros, que normalmente se utilizan pero de los cuales no se sabe cómo ni cuándo aplicarlos. (Raufflet et al., 2012)

Se plantea cuatro tipos de estrategias, las cuales representan una vista teórica en el plano

real, para de esta manera exponerlo al mundo empresarial según las siguientes estrategias:

- **Estrategia realizada:** Concibe a la estrategia como una serie convergente de todas las medidas que ha tomado la empresa.
- **Estrategia deliberada:** Se emplea cuando la empresa planea metas y trabaja en su realización. Ha logrado una parte de ellas.
- **Estrategia emergente:** Cuando la empresa es consistente en sus acciones, en actos que no han sido previstos formalmente.

En referencia a las estrategias mencionadas nos referimos al resultado que cualquiera de ellas puede arrojar, depende del enfoque que se desee realizar mediante ideas que proporcionen un punto de partida establecida como una guía para obtener resultados, pero eso no quiere decir que se establezca como alcanzar dicho objetivo, si se pone en práctica un proyecto o trabajo esencial hay que recordar que se debe seguir parámetros debidamente diseñadas que conformarán e integrarán un proyecto de mejora para el desarrollo balanceado entre la organización y la sociedad.

Estrategias aplicadas a la responsabilidad social

Según(Calderón Cajiga, 2012) afirma que las estrategias buscan como objetivo principal de la organización promover acciones de la compañía hacia la responsabilidad de la comunidad y sus colaboradores, debiendo tomarse en consideración los siguientes aspectos:

- **Crear programas de RSE originales:** Las empresas suelen ser poco creativas y tienden a imitar acciones de responsabilidad social empresarial cuando ven a que a otras les va bien. Es común enterarse de las mismas acciones pero de empresas u organizaciones totalmente diferentes. En la totalidad de los casos no hay una relación entre el tipo de acción y la empresa. A los grupos de interés le resulta confuso enterarse siempre de las mismas acciones que no generan ningún cambio social relevante.

- **Formar programas de RSE con objetivos a mediano y largo plazo:** Gran parte de las empresas solo realizan acciones de RSE exactas o a corto plazo que son poco eficaces y en muchos casos no tienen nada que ver con sus operaciones. Este tipo de políticas son percibidos por el resto de la sociedad como medidas oportunistas o de marketing social, pero no de verdadero compromiso social con la comunidad. (Martínez-Ferrero, Vaquero-Cacho, Cuadrado-Ballesteros, & García-Sánchez, 2015)

- **Trabajar para desarrollar la reputación social:** Es frecuente que las organizaciones se preocupen más por la imagen corporativa y no tanto por la reputación social. Esta última casi siempre se mide cuando se desencadena una crisis. Es importante que ambas nociones sean desarrollados y medidos, y no que se priorice uno más que otro.(DUQUE OROZCO & MARTÍNEZ BARÓN, 2012)

- **Las organizaciones deberían comprometerse a utilizar la RSE pero también fomentarla:** Explica con hechos a otros integrantes de la sociedad los beneficios de una gestión responsable que permitirá el avance de la comunidad.

- **Equilibrar las acciones de RSE internas con las externas:** Es habitual lamentablemente hablar con empleados de una empresa que tiene gran imagen responsable pero que cuenta que no practican dentro de ella nada de lo que promueve afuera, esta contradicción es muy dañina para las organizaciones, estas grietas y fallas de gestión en las empresas, no son errores involuntarios, sino que no son bien planificados en la gestión, negándose a asumir su responsabilidad. (Adriana, 2012)

Crecimiento Empresarial

El Crecimiento empresarial está dada por aquella meta a cumplir, o una consecuencia de la adecuada forma que se dirigen las organizaciones. No siempre éstas consideran como objetivo primordial el desarrollo y crecimiento progresivo; pero también puede que el correcto uso de los recursos procedentes del proceso de direccionamiento estratégico sea lo que se necesita para alcanzar las metas. Cabe recalcar que es un proceso dinámico que contribuye con cambios positivos a las empresas, comúnmente los cambios suelen ser cuantitativos o lo que los directivos esperan de sus empresas, como es: el crecimiento financiero, productivo y de mercado, por lo que es importante cambiar la naturaleza cualitativa, que es de gran influencia para el surgimiento de resultados que reflejen el proceder de las organizaciones.(Aguilera Castro, 2010)

DESARROLLO

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tema trascendental, muy importante en los últimos tiempos, porque se ve plasmada dentro de un marco internacional por las diversas normativas e índices cuyo objetivo primordial es implantar patrones donde las organizaciones popularicen la información en relación a las prácticas relacionados a los diferentes temas que conlleva la responsabilidad social.(Valenzuela Fernández, Jara-Bertin, & Villegas Pineaur, 2015)

La implementación de La responsabilidad social, se ha transformado en el compromiso imperecedero de contribuir al desarrollo económico y sostenible, resaltándola como una estrategia que busca mejorar la calidad de vida de todos quienes forman parte de las organizaciones, sean estos clientes internos y externos y con la sociedad misma. Una organización socialmente responsable, son consecuentes con la importancia que generan las operaciones de la organización y de cómo estas pueden influir en ámbito interno y externo de la empresa.(Antelo & Robaina, 2014)

Es fundamental que en cada uno de los procesos de direccionamiento estratégico se deba implementar la integración de la organización con el entorno, tomando como base las perspectivas de crecimiento empresarial, para de esta manera lograr adaptación entre el entorno y las estrategias delimitadas por la organización.

La responsabilidad social, no solo está enfocada en la creación de valor agregado o mejores resultados financieros, sino que compromete a todos sus actores internos como son:

colaboradores, asociados y actores externos, como clientes y proveedores; el rendimiento económico permite a una organización desarrollarse, la gestión de sus procesos y su transparencia al momento de efectuarse crea un ambiente de sostenibilidad y existencia en el tiempo.(Koehn & Ulloa Fierro, 2015)

En la presente investigación, se realiza un rastreo de estudios publicados en artículos y documentos nacionales e internacionales, que consideramos están relacionados con la responsabilidad social empresarial y estrategias en términos de desarrollo de la sociedad.

El estudio que se ha planteado se ha tomado como base las siguientes investigaciones exploratoria y Cualitativa la cual estudia la situación del entorno, es decir saber cómo se desarrollan las escenarios mediante el análisis del contexto y los implicados.

Investigación exploratoria: la investigación de tipo exploratoria se enfoca en hallar indicadores que puedan servir para definir con mayor certeza un evento desconocido. Esta clase de investigación, se relaciona con objetos de estudio para los cuales se cuenta con poca información, proporcionará la información que se requiere para aproximarse al fenómeno con mayor conocimiento en un estudio posterior, en la investigación propiamente dicha.(Gómez-Peresmitré & Reidl, 2010)

Investigación Cualitativa: la investigación cualitativa está enfocada en la recopilación de información principalmente verbal en lugar de mediciones. Establece un método de investigación utilizado ampliamente por los científicos e investigadores que estudian el comportamiento y los hábitos humanos, luego, la información obtenida es analizada de una

manera interpretativa, subjetiva, o incluso diagnóstica. Este tipo de investigación permite acceder a la información teórica con la que se obtendrá el material necesario para evaluar la información adquirida de la investigación establecida.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial debe ser la base fundamental para el direccionamiento de las diferentes estrategias que impulsaran al desarrollo empresarial desde un ángulo que resulte el indicado para así transmitir la importancia que representan los clientes y colaboradores para la organización así como para la sociedad en general; todo es con el fin de impulsar un crecimiento empresarial.

El crecimiento empresarial converge con la responsabilidad social en vista de que busca la integración de los medios que tienen las organizaciones para lograr sus objetivos; esto implica que lo fundamental para una organización es orientarse hacia qué acciones tomara para buscar el desarrollo de una sociedad y así proceder de manera correcta con la acción que permitirá alcanzar las metas previstas, tomando como referencia una o varias perspectivas del crecimiento empresarial.

En la actualidad se busca cambiar los diferentes paradigmas administrativos que incluye la administración de las organizaciones , la mayoría examinan en sus aspectos estratégicos la manera de minimizar los impactos contradictorios de su negocio; el efecto ambiental y social se considera como un elementos integrante del trabajo de la organización y, por ello, los efectos de su labor son considerados de excesiva importancia siendo estos los más evidentes en los planes estratégicos que desarrollan.

Las organizaciones que incorporen la responsabilidad social en los planes estratégicos incrementan la rentabilidad de la empresa; ésta es una inversión que no tiende a perjudicar, por el contrario, debe coexistir una relación complementaria auténtica la que permita la integración de la Responsabilidad Social y los respectivos niveles de rentabilidad en el mediano plazo, otorgando de esta manera un compromiso con los colaboradores mediante actividades que la realcen como la organización que desea llegar a ser.

Es primordial recalcar que las empresas modernas que desean tener éxito en sus transacciones comerciales deben considerar como base fundamental la responsabilidad social para generar el desarrollo empresarial dentro de su estructura organizacional siendo esta prioridad para dar conocer lo transparente que la gestión genera a la industria y a la sociedad.

La responsabilidad social empresarial no es con el fin de realzar la imagen de la organización sino con la conciencia que genera a los diferentes niveles organizacionales. Si una organización no considera o espera omitir la importancia que aporta a la responsabilidad social a la sociedad está generando un daño a su imagen corporativa con los clientes, colaboradores y también con sus proveedores los cuales esperan que las organizaciones sigan estas directrices y resultan los modelos a continuar en estas prácticas.

La práctica de la responsabilidad social empresarial efectiva, busca que las organizaciones evalúen cuantitativa y cualitativa sus estrategias, programas y actividades de responsabilidad social y su impacto, tanto en la organización como en la comunidad.

BIBLIOGRAFIA

Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*, (32), 1–26.

Aguilera Castro, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Pensamiento Y Gestión*, *Vol.1*(No.28), 85–106.

Antelo, Y., & Robaina, D. (2014). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, *36*(1), 58–69.

Aucapiña Maza, J. B., & SinchiSinchi, M. F. (2012). Análisis de la responsabilidad social empresarial en el transporte escolar urbano en la ciudad de Cuenca caso Transtudian, 1999.

Briseño García, A., Lavín Verástegui, J., & García Fernández, F. (2011). Exploratory analysis of corporate social responsibility and its dichotomy in the business´s social and environmental activities. *Contaduría Y Administración*, (233), 73–83.

Calderón Cajiga, J. F. (2012). El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial. *ESR Empresa Socialmente Responsable*, *12*(34), 35. https://doi.org/https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Díaz Ortíz, N. P. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, *IX*(16), 121–131.

Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M. de la M., & Rendón Acevedo, J. A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, *29*(50), 196–206.

DUQUE OROZCO, Y. V., & MARTÍNEZ BARÓN, D. (2012). Responsabilidad Social Empresarial En La Dimensión Laboral: Caso Bancolombia Y Bbva Tt - Enterprise Social Responsibility in Laboral Dimension: Case of Bancolombia and Bbva Tt - Responsabilidade Social Empresarial Na Dimensão Trabalhista: Caso Bancolomb. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación Y Reflexión*, *20*(1), 171–187.

Gómez-Peresmitré, G., & Reidl, L. (2010). II. Métodos de investigación. *Metodología de lInvestigación En Ciencias Sociales*, 16–40. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Koehn, P. F., & Ulloa Fierro, I. (2015). El modelo de responsabilidad social empresarial como estrategia en el sector inmobiliario en el Ecuador, *10*(1), 101–114.

Martínez-Ferrero, J., Vaquero-Cacho, L.-A., Cuadrado-Ballesteros, B., & García-Sánchez, I.-M. (2015). El gobierno corporativo y la responsabilidad social corporativa en el sector bancario: el papel del consejo de administración. *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa*. https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.01.001

Mosquera, A. D. D. (2012). *Responsabilidad Social Universitaria: Enfoque de proyección social en: Universidad San Francisco de Quito y en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Quito.

Pesántez Merchan, M. E. (2013). Análisis de la Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial y ventaja competitiva aplicada al sector agroindustrial Ecuatoriano .

Rafael, E., & Sierra, C. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica The concept of strategy as a basis for strategic planning. *Pensamiento Y Gestión*, *35*, 152–181.

Raufflet, E., Lozano, J. F., Barerra, E., & García de la Torre, C. (2012). Responsabilidad Social

Empresarial.

Sebastián, J., & Rodríguez, R. (2013). ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE ADIDAS Y PUMA.

Valenzuela Fernández, L., Jara-Bertin, M., & Villegas Pineaur, F. (2015). Prácticas De Responsabilidad Social, Reputación Corporativa Y Desempeño Financiero. *Social Responsability Practices, Corporate Reputation and Financial Performance.*, *55*(3), 329–344. https://doi.org/10.1590/S0034-759020150308

Vargas, S. S. D., & R, I. A. P. (2013). TESIS Previa a la obtención del Título de : TÍTULO Responsabilidad social en empresas privadas del sector industrial agropecuario de la ciudad de Guayaquil : AUTORES.