



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTADURÍA
PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

**TEMA: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO
ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN
ECUADOR**

AUTOR: GENESIS NATHALY MORAN ARIAS

ACOMPañANTE: ING. LIGIA MEIBOL FAJARDO VACA, PHD.

**Milagro, MAYO 2018
ECUADOR**

DERECHOS DE AUTOR

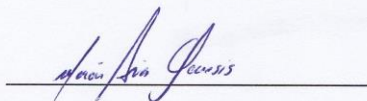
Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, **GENESIS NATHALY MORÁN ARIAS** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, 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 mi Título de Grado, como aporte a la Temática “**ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL-ANÁLISIS COMPARATIVOS DE LAS COORRIENTES DE ESTUDIO**”. Del Grupo de Investigación **RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (GIRSE)** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo 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. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo 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.

El autor declara 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 21 días del mes de Mayo de 2018



GENESIS NATHALY MORÁN ARIAS
CI: 093207841-3

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **IG. LIGIA MEIBOL FAJARDO VACA, PHD** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por el estudiante **GENESIS NATHALY MORAN ARIAS**, cuyo título es **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN ECUADOR**, 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 **INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-C.P.A.**; 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 de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los **4** días del mes de **MAYO** de 2017.



ING. LIGIA MEIBOL FAJARDO VACA
Tutor
C.I.: 090482088-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

VASQUEZ FAJARDO CARLOS EFRAIN

PEREZ SALAZAR JAZMÍN ALEXANDRA

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA- C.P.A** presentado por la señorita **GENESIS NATHALY MORÁN ARIAS**.

Con el título: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN ECUADOR**




Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[78.67]
Defensa oral	[14.33]
Total	[93.00]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)
APROBADO

Fecha: 21 de MAYO del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL</u>	
Secretario /a	<u>VASQUEZ FAJARDO CARLOS EFRAIN</u>	
Integrante	<u>PEREZ SALAZAR JAZMÍN ALEXANDRA</u>	

DEDICATORIA

A Dios, ser superior que me brindó en todo este proceso sabiduría, salud, inspiración; aquel ser que me sostuvo en las etapas más difíciles en las que creí que ya no podía y estaba a punto de darme por vencida, mi guía, inspiración, fortaleza.

A mi madre Janeth Arias, mujer luchadora, guerrera, mi soporte, mi impulso; aquella mujer que estuvo conmigo en los momentos más cruciales; voz, consejo, paño de lágrimas, risas, regaños, por eso y más.

A mi esposo Víctor Pérez, hombre apasionado dispuesto a entregar todo por el bienestar de su hogar; mi amigo, mi confidente, aquel que no le importo ensuciarse las manos trabajando, porque yo mantuviera las mías limpias y luchando por alcanzar mi objetivo.

A mi hija Lia Perez, mi pequeña, mi fuente de energía e inspiración; aquella en la que en su sonrisa y sus ojos encontraba la luz, el combustible, fuerza y energía para no darme por vencida en este camino tan difícil y que muchas veces fue oscuro.

A mis hermanas, hermanos y sobrina, personas que también vivieron conmigo este proceso y que siempre me extendieron su mano para ayudarme cuando lo necesite.

A mi padre Roberto Morán, aunque no estuvo presente gran parte de mi vida, lo estuvo a mediados de esta carrera y sus consejos tan sabios fueron de gran ayuda para ver la vida y los problemas desde varias perspectivas.

A mi padrastro Henry Oña, por formar parte de mi vida, por darnos los estudios, por ser un amigo, y por cubrir el rol de padre en muchas ocasiones, por haber aceptado el reto que muy pocos hombres asumen.

A mi abuela Rosa Cantos, mujer que ya partió al cielo pero que me dejó una gran enseñanza, aquello indescriptible, me enseñó a valorar, a querer, a demostrar, a amar en vida porque después es muy tarde.

A mi hermanastro Luis Oña, por alguna razón siempre siento que me cuida, me guía e hizo que vea la vida de una manera más responsable.

A la familia Perez Fabiani, familia que también es mía, por su tiempo, ayuda, comprensión, por estar conmigo en este camino.

A mis amigas, maestros y demás familiares.

AGRADECIMIENTO

A Dios, ser superior que me brindó en todo este proceso sabiduría, salud, inspiración; aquel ser que me sostuvo en las etapas más difíciles en las que creí que ya no podía y estaba a punto de darme por vencida, mi guía, inspiración, fortaleza.

A mi madre Janeth Arias, mujer luchadora, guerrera, mi soporte, mi impulso; aquella mujer que estuvo conmigo en los momentos más cruciales; voz, consejo, paño de lágrimas, risas, regaños, por eso y más.

A mi esposo Víctor Pérez, hombre apasionado dispuesto a entregar todo por el bienestar de su hogar; mi amigo, mi confidente, aquel que no le importo ensuciarse las manos trabajando, porque yo mantuviera las mías limpias y luchando por alcanzar mi objetivo.

A mi hija Lia Perez, mi pequeña, mi fuente de energía e inspiración; aquella en la que en su sonrisa y sus ojos encontraba la luz, el combustible, fuerza y energía para no darme por vencida en este camino tan difícil y que muchas veces fue oscuro.

A mis hermanas, hermanos y sobrina, personas que también vivieron conmigo este proceso y que siempre me extendieron su mano para ayudarme cuando lo necesite.

A mi padre Roberto Morán, aunque no estuvo presente gran parte de mi vida, lo estuvo a mediados de esta carrera y sus consejos tan sabios fueron de gran ayuda para ver la vida y los problemas desde varias perspectivas.

A mi padrastro Henry Oña, por formar parte de mi vida, por darnos los estudios, por ser un amigo, y por cubrir el rol de padre en muchas ocasiones, por haber aceptado el reto que muy pocos hombres asumen.

A mi abuela Rosa Cantos, mujer que ya partió al cielo pero que me dejó una gran enseñanza, aquello indescriptible, me enseñó a valorar, a querer, a demostrar, a amar en vida porque después es muy tarde.

A mi hermanastro Luis Oña, por alguna razón siempre siento que me cuida, me guía e hizo que vea la vida de una manera más responsable.

A la familia Perez Fabiani, familia que también es mía, por su tiempo, ayuda, comprensión, por estar conmigo en este camino.

A mis amigas, maestros y demás familiares.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	8
METODOLOGÍA	19
DESARROLLO DEL TEMA	20
CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. TEORÍAS Y ENFOQUES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	11
FIGURA 2. ENFOQUES DE LA TEORÍA ÉTICA	12
FIGURA 3. ENFOQUES DE LA TEORÍA DEL CARÁCTER POLÍTICO	13
FIGURA 4. BENEFICIOS- VENTAJAS COMPETITIVAS DE APLICAR LA RSE COMO ESTRATEGIA.....	16

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN ECUADOR.

RESUMEN

El presente trabajo describe la Responsabilidad Social Empresarial desde los enfoques político y ético, surgiendo la RSE desde una perspectiva filantrópica, en la que se basaba en dar caridad, con el paso del tiempo fue tomando otras conceptualizaciones hasta fundamentarse en que las empresas realicen sus actividades de manera sustentable buscando el bien común. Además pretende señalar las ventajas competitivas que adquieren las empresas al aplicar la RSE como estrategia, logrando que en este mundo globalizado puedan las empresas diferenciarse de la competencia mediante prácticas socialmente responsables. La metodología de esta investigación es de tipo explorativa, descriptiva; dado que para la elaboración de la presente investigación documental se realizó la revisión de fuentes de información secundaria, efectuadas en repositorios virtuales de Universidades locales, nacionales e internacionales, dirigiéndonos a tesis referentes al tema de investigación. Se pudo concluir en base a los dos objetivos establecidos señalándonos el primero que las Teorías éticas y políticas permiten entender a la Responsabilidad Social Empresarial desde perspectivas diferentes, la teoría ética enmarca los parámetros morales bajo los cuales una organización desarrolla sus actividades, una empresa que aplica Responsabilidad Social ética puede fácilmente ser diferenciada de otras que no lo aplican, En cuanto a la teoría política manifiesta que recae en el rol que tiene el estado en establecer políticas para que las empresas puedan iniciar sus actividades bajo estándares socialmente responsables, uno de los más claros ejemplos fue El Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 que perseguía el bien común. Y como segundo Una empresa que aplica Responsabilidad Social Empresarial como estrategia, adquiere una serie de ventajas competitivas que le permitirá diferenciarse en el mercado en el que se desenvuelve, entre esas ventajas tenemos que: aumenta la reputación de la imagen corporativa, capacidad de atraer y retener clientes fieles, atracción de inversión, entre otras.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, Estrategias Empresariales, Ventajas Competitivas.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A GENERATING STRATEGY OF COMPETITIVE ADVANTAGES IN ECUADOR.

ABSTRACT

The present work describes the Corporate Social Responsibility from the political and ethical approaches, arising the CSR from a philanthropic perspective, which was based on giving charity, with the passage of time was taking other conceptualizations to be based on the companies to carry out their activities in a sustainable way looking for the common good. It also aims to point out the competitive advantages that companies acquire when applying CSR as a strategy, achieving that in this globalized world companies can differentiate themselves from the competition through socially responsible practices. The methodology of this research is explorative, descriptive; given that for the elaboration of the present documentary research, the review of secondary information sources was carried out, carried out in virtual repositories of local, national and international Universities, directing us to theses referring to the research topic. It was possible to conclude based on the two established objectives, pointing out to us that ethical and political theories allow us to understand Corporate Social Responsibility from different perspectives, ethical theory frames the moral parameters under which an organization develops its activities, a company that applies Ethical Social Responsibility can easily be differentiated from others that do not apply it. Regarding political theory, it manifests that it falls on the role that the state has in establishing policies so that companies can start their activities under socially responsible standards, one of the most clear examples were the National Plan of Good Living 2013-2017 that pursued the common good. And as a second A company that applies Corporate Social Responsibility as a strategy acquires a series of competitive advantages that will allow it to differentiate itself in the market in which it operates, among these advantages we have that: it increases the reputation of the corporate image, ability to attract and retain loyal customers, attraction of investment, among others.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, Business Strategies, Competitive Advantages.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo para la obtención del título de tercer nivel, se realizó una investigación que desarrolla el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia generadora de ventajas competitivas en el Ecuador; enmarcada en dos Teorías propuestas por Tinoco, Arango, & Benavides, (2012) la primera la Teoría Ética, que profundiza sobre los derechos de los empleados, el respeto al medio ambiente y la preocupación por su preservación; y como segunda la Teoría del Carácter Político, que radica en las leyes y lineamientos que deben guiar a la empresa cuando empieza sus actividades en la sociedad. Chumaceiro, Hernández, Yori, & Ziritt, (2013) Mencionan que “es importante entender que la RSE no es un concepto aplicado a la responsabilidad económica de la empresa, dadiva o filantropía, sino como una parte más de la actividad empresarial que conforman el todo organizacional.”(p.311). Mientras que (Cajiga, 2010) manifiesta que “es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad”(p.2). En cuanto a las ventajas competitivas (Sotelo, 2016) Menciona que “son las características que hacen diferente e identifican a las empresas y organizaciones de las demás.”(p.65)

La investigación es de carácter documental por lo cual se procedió a realizar el levantamiento de información de fuentes secundarias como repositorios, revistas: Scielo, Dialnet, Redalyc, entre otras; se utilizó técnicas de análisis e interpretación que permitan extraer la síntesis de las bibliografías seleccionadas.

Esta investigación está clasificada en 5 grandes grupos: el primer capítulo la Problemática en el cual se hace referencia al tema de estudio; el segundo y más extenso el marco Teórico, en el que se conceptualizan las bases de la investigación o los aspectos claves que le dan sentido; como tercer capítulo tenemos a la Metodología en la cual plasmamos el tipo de investigación realizada y las técnicas utilizadas para su desarrollo; como cuarto capítulo tenemos el Desarrollo de la investigación, en el que una vez analizado los estudios de diferentes autores podemos plasmar nuestro criterio de lo estudiado; y como último capítulo las Conclusiones donde se sintetizan las conclusiones a las que se llegaron luego de haber efectuado la presente investigación.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

La responsabilidad social a nivel mundial es un concepto que ha ido evolucionando a lo largo de la historia, nace desde una perspectiva filantrópica, en la que ser socialmente responsable descansaba en ser caritativo o dar caridad; no obstante, a partir de mediados del siglo XX la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue tomando mayor fuerza, se establecen los primeros acuerdos, hechos y circunstancias que marcaron el rumbo mundial y es donde las empresas comienzan a tomar mayor responsabilidad de sus actividades, queriendo recompensar a la sociedad y retribuirle por afectaciones directa o indirectamente efectuadas. Existen distintas concepciones y fundamentos que las explican desde varios aspectos como: económico, social, ambiental, político y ético. (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012)

La RSE es innata de la organización, ésta ha logrado transformarse en un original método de gestionar y hacer negocios, lo que significa que la empresa debe preocuparse de que las operaciones que efectúe sean sustentables en los aspectos vinculados con la sociedad, examinando los intereses y precautelando la preservación del bienestar de los futuros individuos. (Cajiga, 2010)

Se vive en un mundo globalizado, en donde las empresas se encuentran frente a situaciones hostiles debido a la sobreoferta de productos y servicios, generando altos niveles de incertidumbre y éstas al igual que un sinfín de eventualidades externas las han orillado a invertir gran parte de su esfuerzo y trabajo administrativo a la búsqueda exhaustiva de nuevas alternativas que les permitan neutraliza, equilibrar los efectos de la competencia tan agresiva que existe y los contundentes cambios comerciales a nivel mundial. En ese panorama se enfrentan las empresas, persiguen desarrollar e implementar estrategias, políticas que les permitan poder crecer y establecerse sólidamente. (Aguilera & Puerto, 2012)

Existen novedosas alternativas para “competir” una de ellas es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la misma está forjada a la transferencia de valor agregado de la empresa a la sociedad; dicho valor tiene como expectativa que a mediano o largo plazo se convierta

en una fuente importante de ventaja competitiva, claramente si así se lo propone la organización. (Aguilera & Puerto, 2012)

En Ecuador las organizaciones que se adhieren a la idea de ser sostenibles cada día son más, donde la RSE es un vínculo para acaparar varios temas estratégicos e innovadores, en los que se agrupan aspectos económicos, ambientales, sociales, éticos y políticos, buscando cumplir con las expectativas de los grupos de interés, además de establecerlo como un pilar estratégico fundamental para el crecimiento y obtención de rentabilidad por parte de la organización. (DTTL. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2015)

En un análisis que tiene como alcance a nivel nacional, entre los resultados obtenidos manifiestan que el 98 % consideran que la RSE en una organización es muy relevante ya que influye en la decisión de compra de los clientes, considerando el 94% estaría orientada a dejar de consumir determinada marca de una empresa que no aplique RSE por una que elabore y oferte productos o servicios bajo prácticas socialmente responsable, y hacen referencia que la RSE debería ser aplicada de manera obligatoria respaldada por una ley que los impulse a generar esta clase de cambios. (Torres & Morán, 2014)

Para que el fenómeno de la influencia de la RSE como estrategia para generar ventaja competitiva se pueda comprender de una manera más integral, debe estudiarse y analizarse desde distintas teorías y enfoques que la sustenten; así es probable que surjan estudios que nos ayuden a comprender las ventajas que tendría al aplicar la RSE como estrategia en una organización.

Existen un sinnúmero de teorías y enfoques que sustentan la RSE como los son: económico, ambiental, social, ético y político; para efectos de esta investigación se analizarán las teorías desde la perspectiva política y ética.

1.2 Sistematización del Problema

Las preguntas que guían este trabajo de investigación son: ¿Cómo contribuye la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para generar ventajas competitivas en las empresas ecuatorianas?; Desde un nivel teórico ¿cómo se conceptualizan la RSE desde un enfoque ético y político?, ¿Cuáles son las ventajas competitivas que obtienen las empresas al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia?

1.3 Objetivos

Objetivo general: explicar la contribución de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para generar ventajas competitivas en las empresas ecuatorianas.

Objetivos específicos: Estudiar la Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque ético y político.

Examinar las ventajas competitivas que se obtienen al aplicar la RSE como estrategia.

1.4 Justificación

La investigación documental efectuada se enfoca en el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia generadora de ventaja competitiva en el Ecuador, los motivos que conllevaron a realizar esta investigación son los cambios que han venido tornándose alrededor del concepto de la RSE, debido a que nació desde una perspectiva filantrópica y evolucionó hasta convertirse en un patrón a seguir de como las empresas deben realizar sus actividades de manera responsables y sustentables, presionados gran parte por los grupos de interés ya que son los principales afectados por las operaciones que realizan.

En el mundo globalizado en el que se vive, se está rodeado de una cantidad muy elevada de empresas que cada vez surgen más, esto ha llevado a que las organizaciones dirijan gran parte de sus esfuerzos administrativos en encontrar estrategias que les permita sobresalir en esa sobreoferta de productos y servicios, siendo el plus o el valor agregado que brinde una de ellas puede el punto específico que le permita diferenciarse de las demás organizaciones, es por ello que la RSE promete ser una estrategia que brinde a la organización parámetros de cómo realizar sus operaciones y actividades para que estas sean sustentables y aceptadas por la sociedad.

Una de las características que tiene la RSE es que abarca todos los ámbitos de la sociedad como lo son: lo económico, ambiental, ético y político, permitiéndole a la organización satisfacer diversas necesidades manifestadas por los grupos de interés, y convirtiéndose en una estrategia muy importante que le permitirá darse lugar en el mercado a cualquier empresa que la aplique.

Las estrategias se consideran parte fundamental que llevan al logro de ventajas competitivas sostenibles, debido a que modula la manera en que las organizaciones enfrentan sus

fortalezas y debilidades, y configura las actividades que realiza en el mercado para obtener mencionada ventaja. (Cálderón, Álvarez, & Naranjo, 2010)

Es importante entonces, estudiar la relevancia que tiene la RSE en las organizaciones, y como esta puede ser de gran utilidad formando parte de las estrategias con las que cuenta la empresa, y que ventajas competitivas brindaría a la organización.

Aguilera & Puerto, (2012) manifiestan que la RSE asiste toda iniciativa originada en la empresa, contribuyendo al establecimiento sólido de la marca, refrescando la imagen, deteniendo la preferencia y la lealtad de los clientes y originando la perfecta conformidad entre la empresa y la comunidad en la que desenvuelve sus actividades.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

Este trabajo ha sido realizado en base a las investigaciones de los siguientes autores:

2.2.1 Fajardo, Cornejo, & Chiriboga, (2017) En su investigación sobre: *Responsabilidad social una estrategia para el crecimiento empresarial*, manifiestan que buscan dar a conocer las responsabilidades que tienen las empresas con los grupos de interés tanto internos como externos y la sociedad en general, en su camino a contribuir con la comunidad, dependiendo mucho de estos factores para su crecimiento empresarial. Para enmarcarse dentro del rango de empresas socialmente responsables deben considerar los diferentes intereses de quienes hacen posible sus actividades. El ser una empresa socialmente responsable no solo recae en los aportes que se hacen a la comunidad, sino también los beneficios propios que se generan como: lograr ampliarse en el mercado esto a través de agencias o sucursales, o integrarse en grupos empresariales; radicando allí la importancia de la estrategia de aplicar la RSE, que prepara el camino hacia el logro de los objetivos. Esta investigación fue realizada con base a una metodología cualitativa, con enfoque descriptivo, no experimental, puesto que se levantó información de fuentes bibliográficas, aquellas que les permitió obtener el material necesario para analizar la temática de investigación y poder emitir conclusiones, la cual manifiesta que la RSE debe estar encaminada por diferentes estrategias y objetivos comunes lo que impulsara el crecimiento de la organización a través de prácticas económicas sustentables, transmitiendo la importancia que constituyen los clientes como sociedad en general para la organización.

2.1.2 En cuanto a Flores, Vega, & Chávez, (2015) Efectuaron una investigación sobre: *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad en la industria maquiladora de Tijuana, b.c., México*, la misma buscó determinar los factores que inciden de manera directa en la RSE como factor de competitividad. Manifiestan que la RSE se ha convertido en una necesidad para la empresa, dado que si la organización se preocupa por tener una mejora continua, estableciendo en sus metas permanecer en el mercado a través del tiempo, debe interactuar de manera eficiente con el entorno al que está sometido, cuidando que el camino del logro de aquellos objetivos no sea el mismo que dañe y atente

contra su entorno en el que se encuentra, recalcando que una vez alcanzado esto, la RSE se convertirá en un factor estratégico de competitividad para la empresa. La metodología aplicada en esta investigación fue de tipo cuantitativa y cualitativa. Obteniendo que los resultados al aplicar la RSE será a largo plazo pero que afectara de manera positiva a su competitividad, dado que ayudara a: mejorar sus productos, los procesos de producción y la más importante que obtienen la satisfacción y lealtad de los clientes, eso en cuanto lo externo, y de manera interna en la organización se incrementara la motivación de los trabajadores fomentando su creatividad e impulsando la capacidad de innovación. Además menciona que se verá mejorada, posicionamiento en el mercado, mejora de las relaciones con la competencia y facilidad de apoyos financieros.

2.1.3 Koehn & Ulloa, (2015) En su artículo: *El modelo de responsabilidad social empresarial como estrategia en el sector inmobiliario en el Ecuador*, hacen discusión sobre el impacto que genera la RSE en la gestión de las organizaciones. Utilizaron la metodología de análisis de casos, tomando como ejemplos dos ejemplos de organizaciones (una chilena y la otra mexicana) aquellas han aplicado el modelo de la RSE con éxito, y procedieron a compararlo con el caso de una empresa en el Ecuador. Mostrando en los resultados de esta investigación que la aplicación de dicho ha tenido un impacto positivo en los grupo de interés y que su aplicación es un pilar fundamental en las estrategias de sostenibilidad a largo plazo, haciendo de manifiesto también que la legislación ecuatoriana juega un papel fundamental debido a que incentiva a las organizaciones a que sean incluyentes, sustentables, es decir socialmente responsables.

2.1.4 Mientras tanto, Pesántez & Ortega, (2013) En su investigación: *Análisis de la Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial y ventaja competitiva aplicada al sector agroindustrial Ecuatoriano*. Fue desarrollado el concepto y la temática RSE, enfocado hacia la realidad agroindustrial nacional, menciona que este concepto data desde hace varios años atrás, apareciendo en un mayor grado en las empresas del sector comercial, debido a contantes presiones tanto sociales, medioambientales como económicas, producidas en la sociedad. Mencionan que de allí parte que los actores involucrados en el sector empresarial, tengan un compromiso activo, con el fin de potenciar la RSE. Hacen hincapié también en que las empresas hoy en día deben contar con una visión que busque crear valor a los grupos de interés, y que los impactos tanto positivos como negativos, producto de sus operaciones deben ser consideradas, con el propósito de tomar acciones para

que las futuras generaciones no vean comprometida su capacidad de desarrollo. Este trabajo se fundamenta en el conocimiento y el análisis de la RSE como estrategia para alcanzar una mayor ventaja competitiva, puesto que es un factor que genera diferenciación en el mercado.

2.1.5 Así mismo, Aguilera & Puerto, (2012) en su artículo: *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*, plantean que la responsabilidad social empresarial actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa. El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores, la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes y, promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. En este contexto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora la reputación y la credibilidad, con ello logra el reconocimiento ante sus grupos de interés (Stakeholders), especialmente cuando el compromiso con el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social es percibido como reflexivo, ético y espontáneo.

2.1.6 Finalmente, Salazar, Contreras, & Molina, (2011) En la investigación: *La Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Competitividad En El Sector Alimentario*, analizan, desde un enfoque institucionalista, las motivaciones, prácticas y ventajas de 23 empresas, en cuanto a la RSE. Utilizaron un instrumento catalogado EIEBAC 2009 en el que se diseñó encuestas. Los resultados que arrojó esta investigación, señalan que las empresas que practican RSE son las que han logrado permanecer por más tiempo en el mercado y que les ha permitido contar con apoyos de fuentes institucionales, así como de factores propios interno.

2.2 Teorías y enfoques que sustentan la RSE

A continuación se muestran las principales teorías que sustentan la Responsabilidad Social Empresarial:

Según (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012) En su investigación: *Evolución, aproximación al concepto y teorías de Responsabilidad Social Empresarial*, nos muestra varias teorías con sus respectivos enfoques ilustrados a continuación:

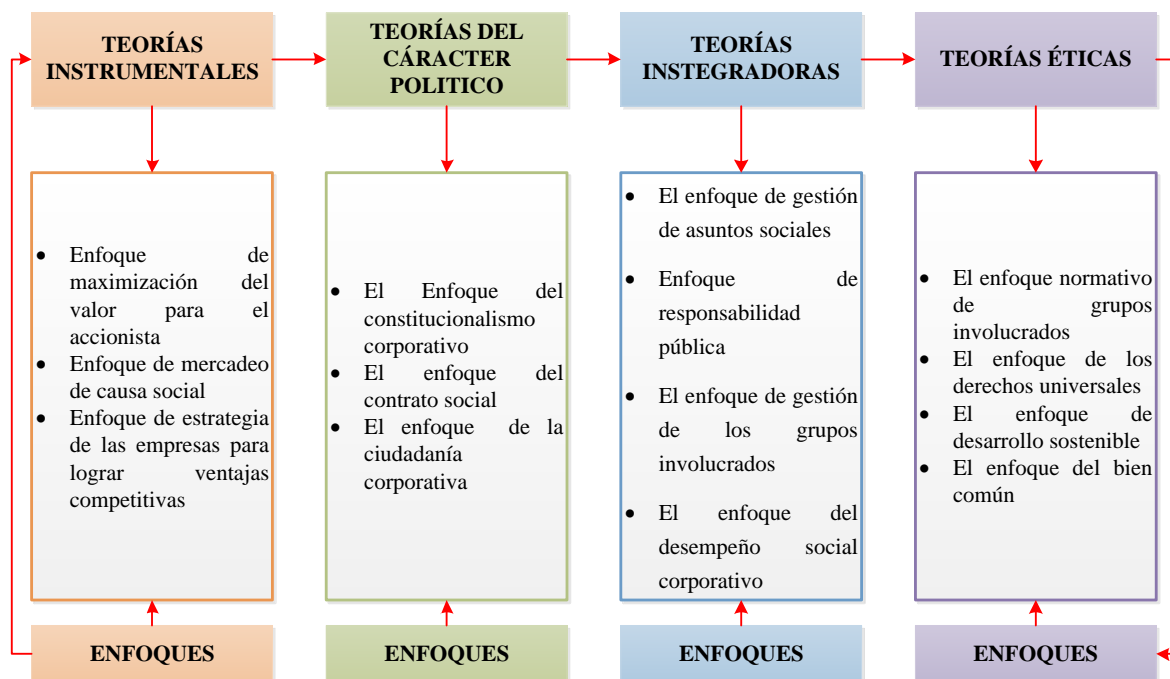


Figura 1. Teorías y Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial
Fuente: (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012)
 Elaboración propia

De las teorías y enfoques anteriormente ilustrados en el gráfico 1, se tomará como objeto principal de estudio las teorías éticas y políticas, manifestadas desde distintos autores:

2.2.1 Teoría Ética

Tinoco, Arango, & Benavides, (2012) Nos describe que las teorías éticas trazan los lineamientos éticos, combinados en relación con la empresa y la sociedad, basándose en principios que manifiestan lo que se debe y no debe hacer al momento de ejecutar sus actividades dentro de la comunidad.

Hace énfasis en el desarrollo de la RSE en respuesta al cumplimiento de los derechos como el de los trabajadores, el respeto hacia el medio ambiente y la preocupación por preservar el mismo, tomando en cuenta que sus actividades sean sustentables no solo para la presente sino también para las futuras generaciones, persiguiendo el beneficio del bien común.

Por su parte, manifiesta que “La empresa y la sociedad proyectan la ética como base fundamental, es importante tener claro lo que se debe hacer o no, motivo por el cual se incursiona ciertos principios colaborando con las necesidades que pueda tener la sociedad.” (Lavayen & Solórzano, 2017, pág. 14)

Alvarado, Bigné, & Currás, (2011) En su artículo menciona que la ética empresarial, busca el desarrollo sostenible, generando el bien común, además que la RSE es un autoritario moral que fuerza a las empresas a asistir al bienestar universal.

“La ética está basada en el trabajo en equipo, la escucha del otro, la negociación, la discrepancia, la voluntad de consenso, la búsqueda común de soluciones a través de la expresión de los mejores argumentos.” (Mori, 2009, pág. 167)

Esta Teoría Ética describe los enfoques en la figura 2 que se presenta a continuación:

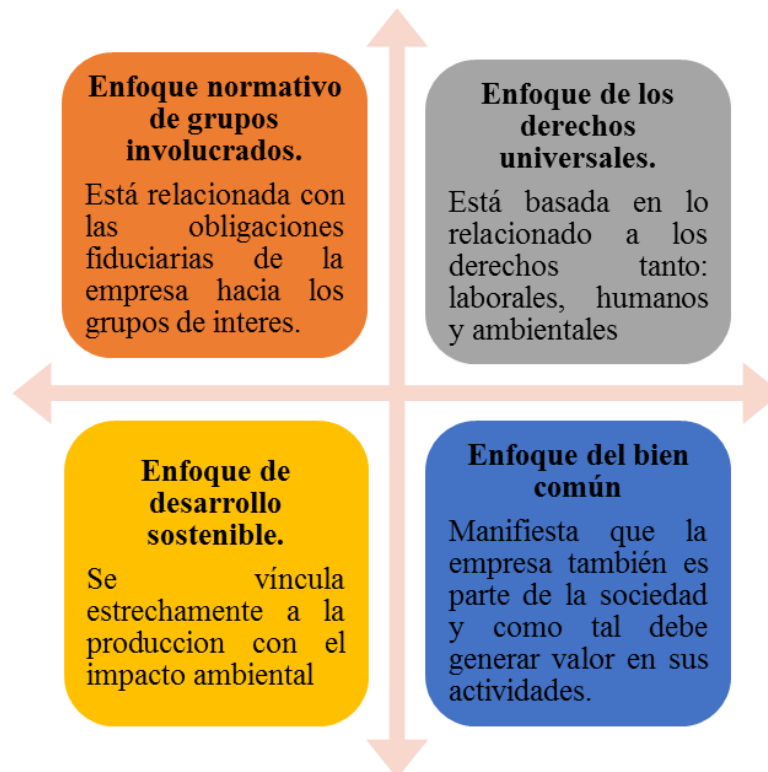


Figura 2. Enfoques de la Teoría Ética
Fuente: (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012)
Elaboración propia

2.2.2 Teorías del Carácter Político

(Lavayen & Solórzano, 2017) Menciona que en esta teoría se priorizan las instrucciones o lineamientos que reciben las empresas al momento de iniciar sus operaciones en la sociedad determinada. (p.11)

“En esta teoría se enfatiza el poder social que adquiere la empresa en la medida en que ella se inserta en una sociedad determinada. Específicamente.” (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012, pág. 208)

Tres son los enfoques que sustentan la teoría política. Las mismas que se describen en la figura a continuación

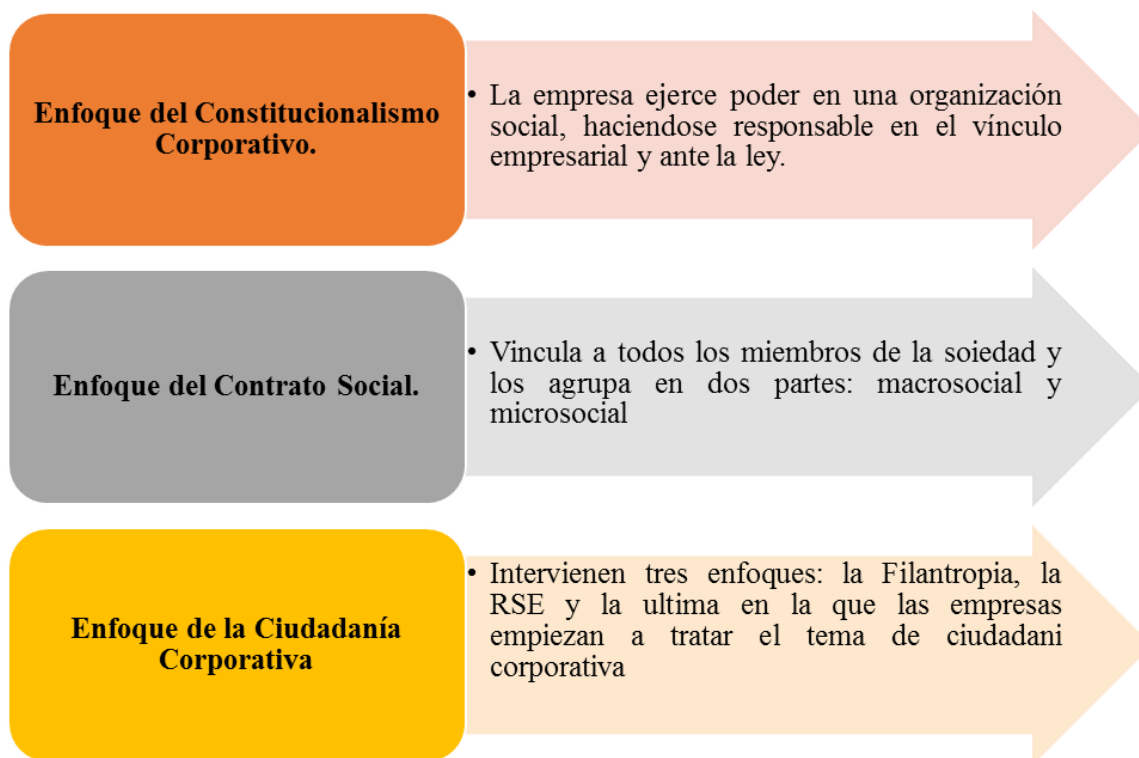


Figura 3. Enfoques de la Teoría del Carácter Político
Fuente: (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012)
 Elaboración propia

(Chumaceiro, Hernández, Yori, & Ziritt, 2013) Mencionan:

Así, desde un punto de vista intraempresarial, surge el tema de la gobernabilidad corporativa, la cual se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas –junta directiva, accionistas, administradores, y otros interesados, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones. Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia y la de actividades de la empresa, como un requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

(Gaete, 2008) Sostiene en su investigación: *Aplicaciones de la Responsabilidad Social a la Nueva Gestión Pública* que:

En ese escenario, surge para la gestión pública un desafío adicional como consecuencia de los procesos de globalización y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Estas ponen de manifiesto en la ciudadanía la necesidad de que se respeten y atiendan nuevos derechos, tales como la no discriminación, la equidad, la diversidad, el empoderamiento o la participación. Ello genera la necesidad para la gestión pública de enfrentar dos nuevos desafíos adicionales: la transversalidad y la intersectorialidad. De esta manera, los habituales desafíos que debe asumir la gestión pública de cualquier Estado, en cuanto a la implementación de políticas públicas que enfrenten eficientemente problemáticas tales como la pobreza, la delincuencia, el desempleo, la exclusión, la salud o la educación, además deben incorporar la transversalidad y la

intersectorialidad, debido a que estos dos aspectos son parte de los impactos y condiciones con los cuales se deben diseñar e implementar las políticas y programas que la gestión pública deberá ejecutar para responder a las demandas emergentes.

Según consideraciones de varios investigadores las políticas públicas más relevantes en contexto a la RSE son:

- a) Promover la formalización de políticas y adopción de sistemas de gestión.
- b) Aquellas dirigidas al aumento de la transparencia de las compañías respecto a los impactos económicos, sociales y medioambientales producidos.
- c) Por consiguiente aquellas que incentivan un mayor escrutinio de los resultados RSE de las empresas. (Chumaceiro, Hernández, Yori, & Ziritt, 2013)

Manifiestan Chumaceiro, Hernández, Yori, & Ziritt, (2013) Que es necesario “la creación de políticas que definan estrategias y estructuras administrativas de impulso, fomento y contenidos mínimos de la RSE, que no asuma por sí sola el marco establecido desde la Comisión Europea y los códigos internacionales, con todas sus carencias.”(p.319)

2.3 Conceptos, definición de términos

2.3.1 Responsabilidad social empresarial

Chumaceiro, Hernández, Yori, & Ziritt, (2013) Mencionan que “es importante entender que la RSE no es un concepto aplicado a la responsabilidad económica de la empresa, dadiva o filantropía, sino como una parte más de la actividad empresarial que conforman el todo organizacional.”(p.311)

Gaete, (2008) Indica que “habitualmente, el concepto de responsabilidad social ha sido circunscrito a las acciones que emprenden las empresas, refiriéndose en especial a los efectos e impactos que dichas acciones puedan tener en el entorno de las mismas.”(p.36)

Cajiga, (2010) Señala que la RSE tiene una perspectiva que combina el respeto por las personas, los valores moralistas, la comunidad y el medioambiente con la gestión propia de la organización, de forma independiente a los bienes o servicios que ésta ofrece, y el medio que lo rodea. (p.2)

Para Valenzuela, Jara, & Villegas, (2015) “La Responsabilidad Social Empresarial se entiende como todo proceso por el cual las empresas deciden contribuir al logro de una mejor sociedad y un medio ambiente más limpio.”(p.331)

Barroso, (2008) Manifiesta que la RSE “es la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental. Bajo este concepto de administración se engloba un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio” (p.76).

Para Bowen, (1953) citado por Duque, Cardona, & Rendón, (2013), la RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”. (p.197)

Entonces se puede decir que la RSE es una iniciativa que contrae la organización para desarrollar sus actividades de manera sostenible, comprometiéndose con el desarrollo no solo de la entidad sino también por el de la sociedad en general, aportando directamente a este. Una empresa Socialmente Responsable es aquella que realiza sus prácticas éticamente pensando en el bien común de la sociedad, el medio ambiente, etc.

2.3.2 Ventajas competitivas

Sotelo, (2016) Menciona en cuanto a ventajas competitivas "Es decir, cuáles son las características que hacen diferente e identifican a las empresas y organizaciones de las demás.(p.65)

(Benavides, 2013) citado por (Sotelo, 2016) menciona que estas

Hacen referencia a las características y las condiciones propias de la organización que las diferencia de las ventajas comparativas, tienen muy bajas probabilidades de plagio o adquisición por parte de la competencia al menos a mediano plazo. Las MiPyme se enfrentan a grandes retos para integrarse en el proceso de globalización mundial, pero una de sus principales limitantes es que generan muy poco valor agregado.

Así como también Porter (2007) citado por (Sotelo, 2016) menciona que “la ventaja competitiva de una empresa se origina fundamentalmente del valor que ésta sea capaz de crear y entregar a su mercado.”(p.65)

(Gallego, 2006) Manifiesta que:

El ejercicio de la responsabilidad social se reconoce a nivel internacional como una ventaja competitiva para las organizaciones, no sólo desde el punto de vista de su posicionamiento y legitimación frente a la sociedad (quien prefiere los productos de empresas con responsabilidad social de aquellas que no lo son) sino por los efectos en el medio ambiente, en la satisfacción del personal que en ellas labora y el fortalecimiento de una cultura centrada en valores.

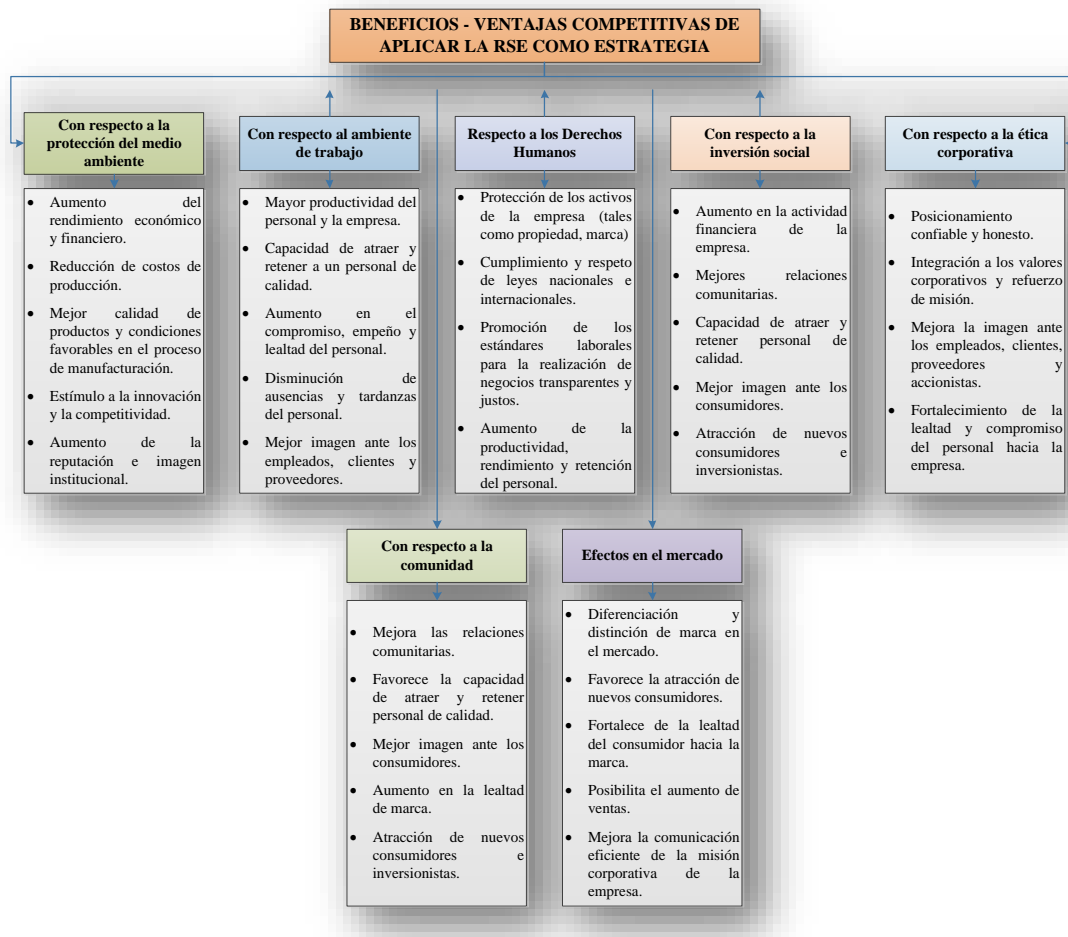


Figura 4. Beneficios- Ventajas Competitivas de aplicar la RSE como estrategia

Fuente: (Gallego, 2006)

Elaboración propia

Algunas de las ventajas competitivas que se adquieren al aplicar la RSE como estrategia según (Aguilar, Pluas, Ramos, & Cedeño, 2013) son:

Mayor lealtad de los grupos de intereses, se crea fidelidad y un sentido de pertenencia de los trabajadores hacia la compañía, Mejora la comunicación e integración de las relaciones internas entre el personal, Contribuye al desarrollo de las comunidades y al bien común, realza la imagen corporativa fortaleciendo la reputación de la empresa y sus marcas, incremento de la productividad, la eficiencia y la eficacia del trabajo ejecutado.

La RSC puede generar ventajas en las organizaciones a nivel interno y externo, a nivel interno la más relevante es la diferenciación e incremento de ventajas competitivas que puede alcanzar la organización respecto a la competencia mediante la protección, creación o aumento de la reputación en relación a los grupos de interés; mientras que a nivel externo estas ventajas se adquieren en relación a los inversores, consumidores, autoridades públicas, a través de experiencias Socialmente Responsables. (Vaca, Moreno, & Ligerio, 2007, pág. 3132)

2.3.3 Grupos de interés o Stakeholders

“En términos simples los Stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa.” (Aguilar, Pluas, Ramos, & Cedeño, 2013)

Para (Koehn & Ulloa, 2015, pág. 103):

En términos generales, los Stakeholders son los diferentes grupos que se ven afectados de forma positiva o negativa por la empresa, pueden ser accionistas, proveedores, trabajadores, el Estado, clientes, etc. Las decisiones que la organización tome, influye en cada uno de estos grupos, en su desempeño en el mercado y en la sociedad.

(Cajiga, 2010) Clasifica los grupos de interés en dos: los consustanciales, que son aquellos que sin su presencia el desarrollo mismo de la organización no fuese posible; y el segundo grupo aquellos con los que la empresa tienen alguna clase de contrato de manera formal

Se podría entonces decir que los Stakeholders son todos los individuos de una organización que de una u otra manera se ven afectados sea de manera positiva o negativa, directa o indirectamente por las operaciones y actividades que realiza una organización

2.4 Bases legales

2.4.1 La Constitución del Ecuador

(Viteri, 2010, pág. 98) En su investigación sobre la *Responsabilidad Social* menciona que para llegar a conceptualizarla se debe partir de la Constitución de la República del Ecuador, la misma que fue aprobada por referéndum en Septiembre de 2008, entre los principales apartados, artículos y capítulos que trata o maneja sobre la RS considera los siguientes:

En el capítulo VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR (Sumac Kawsay) en sus artículos 340 a 394, trata sobre la educación y manifiesta que existirá una

institución pública, con autonomía, sujeta a evaluación interna y externa, que promueva la calidad de la educación, la ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, respetando la biodiversidad, recursos naturales y cuidando el suelo, agua y biosfera. (Viteri, 2010, pág. 98)

Mientras que en el Capítulo I, en el artículo 3 de la Ley de Educación Superior, que trata sobre las instituciones y la colectividad, especifica que:

Las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior tienen como misión la búsqueda de la verdad, el desarrollo de las culturas: universal y ancestral Ecuatoriana, de la ciencia y la tecnología, mediante la docencia, la investigación, la gestión y la vinculación con la colectividad, para preparar profesionales en los niveles de pregrado y posgrado, líderes, con pensamiento crítico y conciencia social, de manera que contribuyan eficazmente al mejoramiento de la producción intelectual y de bienes y servicios de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad y la planificación del Estado. (Viteri, 2010, pág. 98)

2.4.2 ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social

(González Pérez, 2013) citado por (Catillo, Rivadeneira, & Fajardo, 2017, pág. 10) mencionan que:

La norma internacional, ISO 26000 “Responsabilidad Social”, describe los parámetros de la Responsabilidad Social, brinda una ayuda para mejoras socialmente responsables en las operaciones de las empresas, debido a las exigencias de la sociedad, está diseñada para que se apliquen en todo tipo de organizaciones tanto pública como privada. Es considerada como un instrumento de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) poderosa ya que ayuda a pasar de los buenos planes a buenas gestiones de las organizaciones.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Para la elaboración de la presente investigación documental se realizó como primer paso la exploración, indagación y revisión de manera cuidadosa, cautelosa fuentes de información secundaria, figuradas por la literatura erudita vinculada con la Responsabilidad Social Empresarial.

Las primeras consultas llevadas a cabo, se realizaron en los repositorios virtuales de las siguientes Universidades: Universidad Estatal de Milagro, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Espiritu Santo, Universidad De Guayaquil, Universidad Del Azuay y la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, lo que conllevó a identificar una gran cantidad de tesis referentes al tema de investigación.

Como siguiente paso, se realizaron búsquedas en las redes de revistas como Scielo, Redalyc, google académico, páginas de organismos regionales, entidades promotoras de la Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador, luego se consultaron adicionalmente numerosos documentos como: libros, boletines oficiales, entre otros. Este proceso de búsqueda se inició en Diciembre del 2017 y culminó en el mes de Enero del 2018.

Para la localización de la información, se utilizaron descriptores tales como: ventajas competitivas, estrategias empresariales, grupos de interés, teorías y enfoques de la RSE, lo que permitió la obtención de numerosos artículos, tesis de grado, libros electrónicos y una diversidad de textos, que de acuerdo a la temática a desarrollar en el presente artículo, es relativamente reciente, puesto que la mayorías son de los últimos 5 años.

Siguiendo con el proceso se fueron depurando la bibliografía y contenidos obtenidos, de acuerdo a distintos factores influyentes como: criterios de pertinencia y relevancia con la temática objeto de estudio, su secuencia cronológica, relaciones y perspectivas teóricas; luego se elaboraron fichas de la bibliografía, realizando síntesis de la información respectiva lo que permitió reclasificarlas y ordenarlas de acuerdo a la estructura interna del trabajo, mediante un análisis descriptivo y finalmente, se procedió a la redacción del artículo. (Tinoco, Arango, & Benavides, 2012)

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

4.1 Responsabilidad Social Empresarial desde los puntos de vista Político y Ético

Después de la respectiva revisión bibliografía se puede manifestar que la Responsabilidad Social Empresarial nació o se originó desde una perspectiva filantrópica, un concepto que se basa en el “amor al género humano” aquel que reposa en dar caridad y ayudar al prójimo.

Pero el tiempo transcurrió y las necesidades de la sociedad evolucionaron, la globalización abarcando la tecnología y la masificación de las empresas también, tanto a nivel mundial como nacional. Esto género que se conceptualice la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o corporativa (RSC), aquella que manifiesta que las empresas deben ser responsables de los efectos que causen sus actividades u operaciones ejecutadas ya sean estos negativos o positivos, retribuyéndoles de una u otra manera lo causado.

En Ecuador al igual que en el Mundo el concepto de la RSE apareció en las últimas décadas, teniendo en los últimos años una mayor acogida por parte de las empresas, presionado gran parte por los grupos de interés, aquellos grupos que están directa o indirectamente involucrados en la actividad organizacional. La adopción de estas prácticas o estrategias de RSE han sido impulsadas por el Plan Nacional Del Buen Vivir 2013- 2017 el cual sirvió como catapulta para que las empresas realicen actividades bajo esquemas sustentables y sostenibles, procurando la preservación de las futuras generaciones.

Existen diversas teorías y enfoques en las que reposan las bases o lineamientos de la RSE, pero esta investigación fue realizada en bases a las Teorías de la Ética y la Política.

En concerniente a la primera teoría estudiada se puede manifestar que la Teoría de la Ética enmarca las actividades de la organización bajo los parámetros morales, que busca que la organización ejecute sus operaciones de manera sostenible procurando preservar el bien común tanto para las presentes como futuras generaciones, adicionalmente se espera que se realicen prácticas en equipo, que se dé lugar a escuchar a los demás, para llegar a un consenso y al cumplimiento de objetivos comunes.

En Ecuador es notable la gran cantidad de empresas que realizan sus actividades bajo márgenes éticos, preocupándose ya no solo por sus beneficios económicos sino también por el bien común, lanzando campañas sustentables, promocionando productos orgánicos,

realizando sus procesos sin descuidar los desechos o elementos tóxicos que puede generar, además teniendo muy en cuenta que la RSE direccionada a la ética le genera variedad de ventajas competitivas que les permite diferenciarse de empresas que realizan sus operaciones sin considerar practicas Socialmente Responsables.

Dentro de esta teoría están arraigados 4 enfoques, el primero que trata sobre las obligaciones fiduciarias que contrae la organización frente a los grupos de interés; la segunda, aquella basada en la defensa de los derechos tanto laborales, humanos como ambientales; una tercera, enfocada estrechamente en precautelar que las producciones realizadas por la organización comprenda el impacto ambiental generado; y finalmente aquella que manifiesta que la empresa es parte de la sociedad por lo que debe generar valor en la ejecución de sus actividades.

Con referencia a la segunda teoría la del Carácter Político se puede comentar que está ligada con las políticas y lineamientos establecidos al momento en el que la organización inicia sus actividades en la sociedad, recae en la tarea que tiene el estado en establecer políticas para que las empresas realicen sus operaciones de manera sustentable, y precautelen a los diferentes grupos de interés, en la que se manifiestan, tanto las obligaciones como los derechos de las partes relacionadas.

En el país se puede decir que las políticas establecidas en cuanto a la aplicación de RSE no están dado como tal, pero si hay leyes, reglamentos, artículos que indirectamente permiten que las empresas se encaminen hacia prácticas socialmente responsables, como por ejemplo lo que fue El Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017, el código de trabajo, la Constitución Política del Ecuador como principal guía de lo que se debe y no hacer, entre otras; esto conlleva a que las empresas Ecuatorianas tomen una actitud más responsable y que se pueda llegar a un bien común.

4.2 Ventajas competitivas de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia

Dado el mundo globalizado en el que nos encontramos en la actualidad, en el que cada vez surgen más empresas y copan los mercados nacionales, las organizaciones se encuentran en una ardua tarea de buscar o generar estrategias que les permita diferenciarse de la competencia; es por esto que la Responsabilidad Social Empresarial está siendo observada como aquel estrategia que le permita obtener un sin número de ventajas competitivas y que le permita a la empresa mantenerse en el mercado a través del tiempo y las circunstancias.

En consideración a lo manifestado por varios autores la aplicación de esta estrategia genera muchas ventajas pero hay que tener en cuenta que son a largo plazo, se debe integrarlas como parte de la misión y visión de la organización para que les recuerde aquello que pueden ser aplicando la RSE y aquello que quieren alcanzar; beneficiando no solo a los grupos de interés externos sino también a los internos.

(Gallego, 2006) Entre las ventajas competitivas consideradas más relevantes que obtendrán la organización al aplicar la RSE como estrategia tenemos:

- **Aumento de la reputación de la imagen corporativa.-** los usuarios o clientes lo identificarán más rápido y podrán diferenciarlos de los que no aplican RSE.
- **Capacidad de atraer y retener a clientes fieles.-** Con la novedad de realizar actividades sustentables los clientes querrán probar esa marca y está en la organización con sus procedimientos retenerlos.
- **Atracción de inversionistas.-** Los inversionistas al observar que dicha organización está siendo aceptada y posesionada en el mercado por sus prácticas socialmente responsables dirigirán su financiamiento para obtener beneficios.
- **Posicionamiento estable.-** El ser táctico mediante la RSE permitirá que las grupos de interés que observan las actividades de la empresa le den credibilidad y le brinden su fidelidad sosteniendo en el mercado.
- **Mejora la imagen hacia los proveedores y accionistas.-** permitiéndole a la empresa acceder a créditos e inversiones. Así como también mejora las relaciones comunitarias, la comunicación eficiente, el clima laboral y la productividad, entre otros.

Hay que recordar que una organización depende mucho, o no puede surgir sin los grupos de interés, tanto internos como externos, podemos nombrar los siguientes: empleados, proveedores, accionistas, gobierno, clientes; para que la organización se conserve estable en el tiempo debe tratar de satisfacer las necesidades y exigencias de todos, esto se lo puede conseguir mediante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia que parta desde la misión y los objetivos que tiene la empresa, brindándoles la seguridad a la sociedad de que realizará actividades sustentables que perduren a pesar del tiempo y precautelen el desarrollo de las futuras generaciones.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

1. Las teorías éticas y políticas permiten entender a la Responsabilidad Social Empresarial desde perspectivas diferentes, la teoría ética enmarca los parámetros morales bajo los cuales una organización desarrolla sus actividades, una empresa que aplica Responsabilidad Social ética puede fácilmente ser diferenciada de otras que no lo aplican, percibiendo su ambiente laboral, su comunicación con el cliente y la comunidad, ya que estas empresas no buscan solo el beneficio económico sino también el beneficio de los grupos de interés relacionados.

En cuanto a la teoría política está que recae en el rol que tiene el estado en establecer lineamientos, guías para que las empresas puedan iniciar sus actividades bajo estándares socialmente responsables, uno de los más claros ejemplos fue El Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 que tenía varios objetivos persiguiendo el bien común.

2. Las empresas que aplican Responsabilidad Social Empresarial como estrategia, adquiere una serie de ventajas competitivas que generan bien común en el mercado en el que se desenvuelve, como un aumento de la reputación de la imagen corporativa, capacidad de atraer y retener clientes fieles, mayor oportunidad de atraer a los inversionistas, posicionamiento estable, mejorará la imagen hacia los proveedores y accionistas, sus relaciones comunitarias se verán beneficiadas, comunicación más efectiva, el clima laboral proactivo, como aumento de la productividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, K., Pluas, P., Ramos, N., & Cedeño, L. (2013). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10541/1/Tesis%20Final%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20-%20PLUAS%20ROGEL%20PEDRO%20OSCAR%2C%20AGUILAR%20ALCI%20VAR%20KAREN%20XIOMARA%2C%20RAMOS%20MARTILLO%20NOEMI%20ELIZABETH.pdf>
- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*(32), 1- 26. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n32/n32a02.pdf>
- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556006.pdf>
- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*(226), 73-91. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>
- Cajiga, J. (2010). *Cemefi ORG*. Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cálderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2010). Estrategia competitiva y desempeño organizacional en empresas industriales colombianas. *Innovar*, 20(38), 13- 26. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=81819024003>
- Catillo, S., Rivadeneira, Á., & Fajardo, L. (2017). *Repositorio Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/3553/TEOR%c3%8das%20Y%20ENFOQUES%20QUE%20SUSTENTAN%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20%281%29.pdf?Sequence=1&isallowed=y>
- Chumaceiro, A., Hernández, J., Yori, L., & Ziritt, G. (2013). Responsabilidad social empresarial y políticas públicas. *Ciencias Sociales*, XIX(2), 309- 321. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992010.pdf>
- DTTL. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (2015). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ec/Documents/deloitte-analytics/Estudios/RSC.pdf>

- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Fajardo, L., Cornejo, D., & Chiriboga, M. (2017). *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3742>
- Flores, M., Vega, A., & Chávez, E. (2015). La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad en la industria maquiladora de tijuana, b.c., méxico. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 759-768. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Maria_Flores_Ortiz/publication/292158815_la_responsabilidad_social_empresarial_como_factor_de_competitividad_en_la_industria_maquiladora_de_tijuana_bc_mexico_corporate_social_responsibility_as_a_factor_in_bond_industry
- Gaete, R. (2008). Aplicaciones de la responsabilidad social a la nueva gestión pública. *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 8(11), 35-61. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3375/337530216002.pdf>
- Gallego, M. (2006). La responsabilidad social de las organizaciones: ¿Factor de ventaja competitiva? Las acciones sociales de las organizaciones en relación con el tejido social. *AD-MINISTER*, 8, 106-123. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3223/322327238007.pdf>
- Koehn, P., & Ulloa, I. (2015). EL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA EN EL SECTOR INMOBILIARIO EN EL ECUADOR. *Saber Ciencia y Libertad*, 10(1), 101-114. Obtenido de ojs.sabercienciaylibertad.com/ojs/index.php/scyl/article/download/45/39
- Lavayen, K., & Solórzano, S. (2017). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20473/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20DEL%20SECTOR%20PESCA%20PYMES%20DEL%20ECUADOR%20ZONA%208.docx.pdf>
- Mori, M. D. (2009). Responsabilidad social. Una mirada desde la psicología comunitaria. *Liberabit*, 15(2), 163-170. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v15n2/a10v15n2.pdf>
- Pesántez, M., & Ortega, X. (2013). *Repositorio Universidad del Azuay*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2556/1/09744.PDF>
- Salazar, A., Contreras, R., & Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimenticio. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 261-283. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v24n43/v24n43a13.pdf>

- Sotelo, J. (2016). *Tesis Doctorales en Red*. Obtenido de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/406961/TJLFSR1de1.pdf?Sequence=1&isallowed=y>
- Tinoco, U., Arango, L., & Benavides, O. (2012). Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial. *Panorama Económico*(20), 189-220. Obtenido de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/4045/1/344-956-1-SM.pdf>
- Torres, M., & Morán, C. (2014). *Repositorio UEES*. Obtenido de http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/753/1/PAPER_%20AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20RSE%20EN%20ECUADOR%20Y%20SU%20INTERACCION%20CON%20LOS%20STAKEHOLDERS.pdf
- Vaca, R., Moreno, M., & Ligero, F. (2007). Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, 3130- 3143. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39279581/53e4b46a0cf25d674e94e1dd.pdf?AWSaccesskeyid=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1516819513&Signature=B%2fyhuem1ofqtfzrkwrfm7bbkjp%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3danalisis_de_la_resp
- Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *RAE- Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329- 344. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v55n3/0034-7590-rae-55-03-0329.pdf>
- Viteri, J. (2010). *Enfoque UTE*. Obtenido de <http://www.ingenieria.ute.edu.ec/enfoqueute/index.php/revista/article/view/20/19>