

La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas¹

Marjorie Acosta Véliz², Sofía Lovato Torres³, Jahaira Buñay Cantos⁴

RESUMEN

Introducción La presente investigación tiene como **objetivo** definir la aplicación de la responsabilidad social corporativa en el Ecuador, dado que representa una decisión voluntaria de las empresas para mejorar las condiciones de los grupos de interés con el fin de obtener también beneficios económicos a futuro. En Ecuador la RSC todavía es poco aplicado y generalmente se aplica de manera filantrópica o cuidado al medio ambiente, por lo que aún el término no se encuentra arraigado a los valores y objetivos corporativos. **La metodología** usada tiene un enfoque mixto cuali-cuantitativo a través una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y documental con un método inductivo-deductivo. Como **Resultados** se determinó que en materia de RSC el Ecuador aún se encuentra analizando y probando

los beneficios que ofrece la RSC. Sin embargo, se **concluye** que cada vez más las empresas empiezan a valorar los propósitos de la responsabilidad social y demuestran interés en implementarlo en las organizaciones.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Corporativa – Estrategias – Organización – Beneficios

The corporate social responsibility and its role in ecuadorian enterprises

ABSTRACT

Introduction. The objective of this research is to **Objective.** define the application of corporate social

1 Artículo original, derivado de la investigación denominado La Responsabilidad Social Corporativa en el Ecuador, financiada por las investigadoras, desde el período de octubre del año 2017 hasta junio del 2018.

2 Ingeniera Comercial, Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Docente, Universidad de Guayaquil, marjorie.acostav@ug.edu.ec, acostamarjorie80@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9462-1881, ID Scopus 57200947371

3 Ingeniera Comercial, Magíster en Administración de Empresas y Magíster en Gerencia Educativa, Docente, Universidad de Guayaquil, sofia.lovatot@ug.edu.ec, ORCID: 0000-0001-5831-8554

4 Contadora Pública, Magíster en Contabilidad y Auditoría, Docente, Universidad de Guayaquil, jahaira.bunaya@ug.edu.ec, ORCID: 0000-0002-6543-9749

Artículo recibido: 1/05/2018; Artículo aprobado: 19/07/2018

Autor para correspondencia, Marjorie Acosta Véliz, E-mail: marjorie.acostav@ug.edu.ec

responsibility in Ecuador, since it represents a voluntary decision by companies to improve the conditions of interest groups in order to obtain future economic benefits. In Ecuador, CSR is still poorly applied and is generally applied in a philanthropic manner or with care for the environment, so that the term is not yet rooted in corporate values and objectives. **Materials and methods.** The methodology used has a mixed qualitative-quantitative approach through exploratory, descriptive and documentary research with an inductive-deductive method. **Results.** As a result, it was determined that in terms of CSR, Ecuador is still analyzing and testing the benefits offered by CSR. **Conclusion.** However, it is concluded that more and more companies begin to value the purposes of social responsibility and show interest in implementing it in organizations.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility – Strategies – Organization – Profit

La responsabilidad social corporativa e su rol en las empresas ecuatorianas

RESUMO

Introdução. O objetivo desta pesquisa é **Objetivo.** definir a aplicação da

responsabilidade social corporativa no Equador, uma vez que representa uma decisão voluntária das empresas de melhorar as condições dos grupos de interesse para obter benefícios econômicos futuros. No Equador, a RSC ainda é pouco aplicada e geralmente aplicada de maneira filantrópica ou com cuidado com o meio ambiente, de modo que o termo ainda não está enraizado nos valores e objetivos corporativos. **Materiais e métodos.** A metodologia utilizada possui abordagem qualitativa-quantitativa mista por meio de pesquisa exploratória, descritiva e documental, com método indutivo-dedutivo. **Resultados.** Como resultado, foi determinado que, em termos de RSE, o Equador ainda está analisando e testando os benefícios oferecidos pela RSC. **Conclusão.** No entanto, conclui-se que mais e mais empresas começam a valorizar os objetivos de responsabilidade social e demonstram interesse em implementá-lo nas organizações.

PALAVRAS CHAVE: Responsabilidad Social Corporativa–Estrategias–Organização–Beneficios

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa se menciona por primera vez en la segunda mitad del siglo XX, con investigadores como Bowen (1953) quien indica que las empresas deben plantear sus objetivos, políticas y tomar decisiones basadas en valores para la sociedad; Frederick (1960) define por primera vez las acciones empresariales en beneficio de la sociedad como Responsabilidad Social e indica que es la disposición de los recursos para fines sociales y no solo para los beneficios de la empresa. Muchos otros autores empiezan a definir a la Responsabilidad Social, tales como Sethi (1975), Carroll (1979), Drucker (1984), Hopkins (2003), Villacis (2018), Kotler y Lee (2005).

Siendo éste, un concepto que finalmente se ha definido según Cajiga (2009) como un nuevo método de hacer negocios, en el cual las empresas se encargan de que sus actividades sean sustentables en tres ámbitos: social, económico y ambiental. A través del reconocimiento de los grupos de interés, el cuidado del medio ambiente y creando sustentabilidad para futuras generaciones. Fomentando una visión empresarial que integra el respeto y tolerancia, los valores éticos y velar por el bienestar de la comunidad y el medio ambiente por medio de los productos y servicios.

En Ecuador, la responsabilidad social corporativa es un ámbito que en las últimas décadas ha tomado importancia dentro de las empresas como método

de sostenibilidad, mejora de procesos y optimización de los recursos que influyen en la reducción de costos. Además de mejorar su imagen frente a los consumidores y la comunidad en general.

Cada vez más son las empresas que se suman a este compromiso, pero no solo lo hacen las grandes empresas, las PYME's evalúan los diferentes beneficios que ofrece la responsabilidad social y la manera en cómo mejora la imagen corporativa.

En la siguiente investigación se analizarán diferentes definiciones sobre la responsabilidad social y a través de la revisión literaria se evaluará cualitativamente el impacto de la responsabilidad social corporativa en las empresas ecuatorianas y cómo los consumidores asimilan las acciones que emprenden las organizaciones.

REVISIÓN LITERARIA

La responsabilidad social corporativa se basa en diversas estrategias donde la empresa impacta de manera positiva a sus clientes, la satisfacción y el desarrollo profesional de sus colaboradores, el medio ambiente y a la comunidad que lo rodea. Según el Observatorio de RSC (2014) la responsabilidad social está determinada por la manera en cómo las organizaciones manejan sus actividades tomando en cuenta el impacto que éstas tienen respecto a la sociedad y el entorno en el que se desenvuelven., además implica el cumplimiento con la legislación bajo la que se rigen.

Según el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador (2016) la responsabilidad social se encuentra compuesta por 5 vértices de los cuales se deriva la responsabilidad social corporativa:

1. Valores y Principios;

2. Objetivos de Desarrollo Sostenible;

3. Principios del Pacto Global;

4. Normas ISO 26000 y Sistema de Gestión Empresarial (SGE) 21

5. GRI (Global Reporting Initiative)

LOS 5 VÉRTICES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Figura 1. Vértices de la RS
Fuente: (IRSE, 2016)

Los valores y principios de la Responsabilidad Social se encuentran alineados diferentes ámbitos para lograr sociedades responsables en donde primen la verdad, libertad y justicia, persiguiendo lograr el bien común y la subsidiariedad, realzando la dignidad humana y fomentar una sociedad solidaria.



Figura 2. Principios y Valores de la Responsabilidad Social
Fuente: (IRSE, 2016)

A nivel mundial 1300 empresarios de las corporaciones más importantes del mundo firmaron el Pacto Global el 26 de junio del 2000 en el Foro

Económico Mundial, donde se propuso un proyecto para conseguir una economía mundial sostenible.



Figura 3. Principios del Pacto Global

Fuente: (IRSE, 2016)

Morán, Rodríguez, Torres, Aguilar y Villalta (2016) citan a Casado (2006) donde hacen referencia a las áreas en las que la RSC se enfoca las cuales son:

1. La ética empresarial;
2. La seguridad;
3. Las inversiones sociales y del medio ambiente
4. El cuidado de los derechos humanos;
5. El proceso de toma de decisiones;
6. El entorno laboral;
7. La productividad,
8. La calidad;
9. La reputación e imagen de los productos y la empresa;
10. La administración de los recursos.

Por su parte, Bonilla (2011) define las dimensiones de la RSC como las siguientes:

- Económica, referente a todos los aspectos económicos y financieros de la empresa;
- Medio Ambiente, es la relación de las actividades de la empresa con el medio ambiente;
- Grupos de Interés, se refiere a todos los interesados, afectados y quienes afectan en las decisiones de la organización;
- Social, se basa en la relación de la empresa con la comunidad en la que está establecida;
- Voluntariedad, son todas las acciones o proyectos que la organización emprende y que van más allá de las actividades dispuestas legalmente.

Para Correa, Flynn, y Amit (2004) las empresas inicialmente emprendieron acciones sociales a través de actividades filantrópicas hacia la comunidad, sin embargo, con el paso de los años fue renovándose dirigiendo éstas acciones hacia un beneficio económico y social enfocando sus actividades a diferentes ámbitos como el reciclaje de los desechos de los productos como botellas y cartones.

Según Vives y Peinado (2011) la responsabilidad social corporativa debe ser parte de las organizaciones debido a que muchas de las acciones

de responsabilidad social se encuentran dentro de la legislación vigente en el país como lo es la seguridad social del trabajador o las normativas respecto al impacto ambiental.

Por otro lado, Fernández (2010) indica que la responsabilidad social es una decisión voluntaria en donde la empresa emprende acciones para lograr una mejor sociedad y un medio ambiente más limpio, sin embargo, enfatiza que éstas acciones deben estar relacionadas a que la empresa obtenga un beneficio económico y social, además de, buscar la excelencia en el servicio al cliente y a los colaboradores, alcanzar la productividad y optimizar los procesos.

Navarro (2011) por su parte denomina a la responsabilidad social corporativa como la ética de las organizaciones, en donde la ética genera una rentabilidad, pero también es un compromiso voluntario con los grupos de interés en donde la legitimidad de la empresa está en juego. Sin embargo, recalca un punto muy importante sobre la RSC la cual debe ser dada a conocer a la sociedad y a la comunidad internacional y ésta debe deseársela y aceptarla.

La RSC en otras palabras es la decisión expresa y voluntaria de una organización, ligada a su ética empresarial, de responsabilizarse por las actividades internas y externas de la compañía y el impacto legal, económico, social y ambiental que pueda ejercer hacia su entorno, con el fin de mejorarlo y afectar positivamente a los grupos de interés, como los proveedores, colaboradores, comunidad, consumidores y al Estado,

logrando así, un beneficio económico y el realce de la imagen de la organización.

Sin embargo, las responsabilidades sociales de la empresa se pueden dividir en dos: las obligatorias, es decir, las impuestas por el Estado como la seguridad social de los colaboradores y todos los beneficios de la ley hacia ellos, los requisitos municipales que deben cumplir para poder estar habilitadas para su funcionamiento dentro de las ciudades (emisiones de CO², pago de impuestos por recolección de desechos, infraestructura adecuada, planificación contra siniestros, etc.). Y las autoimpuestas, referentes a las condiciones y requisitos que deben cumplir las empresas para conseguir las certificaciones en sus procesos y actividades, tales como, certificaciones ISO, OHSAS, LEED, BREEAM, entre otras, las cuales ayudan a la empresa a conseguir prestigio y posicionarse en el mercado.

Cuando se habla de RSC también es importante mencionar a los grupos de interés o stakeholders. Freeman y McVea (2001) explican el término haciendo referencia a los grupos de personas o individuos que pueden ser afectados o afectar por los logros de los objetivos de las organizaciones.

Según González (2007) los stakeholders no solo son los individuos y grupos que son afectados, sino que deben ser identificados a través del diálogo, debido a que éstos deben tener el poder de influir en las decisiones de la empresa por lo que se convierte en un stakeholder válido. Adicional

a esto, menciona que una vez que los stakeholders son identificados es cuando la comunicación ayudará a la empresa a dar una respuesta adecuada a su RSC.

Para Bajo (2015) los stakeholders se clasifican por su relevancia, es decir, en primarios y secundarios. Los primeros, son todos aquellos en los que sus intereses se encuentran directamente relacionados con las actividades y decisiones de la organización, estos son los clientes, proveedores, empleados y los inversionistas. Los segundos, pueden influir en la organización, sin embargo, ellos no son directamente afectados por el destino de la compañía, estos son, los medios de comunicación, las ONG's, organismos públicos y grupos de presión.



Figura 4. Clasificación de los Stakeholders
Fuente: Bajo (2015)

Dentro de la RSC también destaca la sostenibilidad. La cual hace referencia

al uso óptimo de los recursos naturales creando valor económico y para el medio ambiente con el fin de asegurar los recursos para las futuras generaciones.

Como García (2015) cita a Elkington (1998) quien desarrolló el término de “Triple Bottom Line” o “Cuenta de Triple Resultado” el cual determina que las empresas deben medir su desempeño en tres líneas o cuentas, las cuales son la línea económica, la línea de la sociedad y la línea medioambiental. Este modelo propone que las empresas deben medir su impacto en estas tres áreas para poder determinar si son realmente organizaciones responsables socialmente.

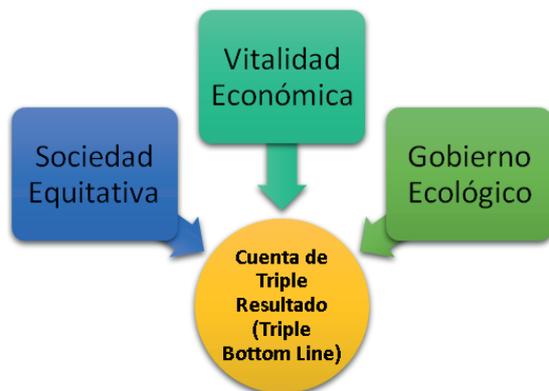


Figura 5. Relaciones en el Triple Bottom Line
Fuente: García (2015)

El modelo propone que las relaciones entre sociedad, economía y medio ambiente deben de traer consigo beneficios para todos los ámbitos

La Responsabilidad Social Corporativa en Ecuador

En el Ecuador la RSC nace en el segmento industrial debido a que las

empresas industriales tenían una mayor presión social respecto al impacto de sus actividades hacia el medio ambiente. Sin embargo, con el tiempo fue expandiéndose a otros segmentos del mercado.

Villacís, Suárez y Güillín (2016) en su investigación cita a Morales (2012), Iglesias, P., Vera N. (2018) quien indica que la RSC es implementada a nivel nacional por las multinacionales, a las cuales siguieron las empresas ecuatorianas dedicadas a la exportación, luego las grandes empresas privadas, finalmente las empresas públicas y las PYME's. A pesar de esto, muchas de las empresas necesitan de la aplicación de indicadores para poner en práctica proyectos de responsabilidad social.

Para Morán, Rodríguez, Torres, Aguilar y Villalta (2016) en el Ecuador la aplicación de la RSC es aislado debido a que se cuentan con pocas empresas que implementan acciones socialmente responsables, siendo su principal motivo los requerimientos del mercado internacional debido al ingreso de productos en los mercados como Europa, Asia y Estados Unidos, donde exigen procesos responsables desde la obtención de la materia prima hasta los procesos de exportación. Adicional a esto, la posición de los grupos de interés en el Ecuador se encuentra desorganizada e incluso el Estado tiene una pobre participación respecto a la RSC de las empresas.

Para Morán et al. (2016) el 70% de los consumidores en el Ecuador desconocen sobre la definición de la

RSC, pero el 98% de los encuestados enfatizan la importancia de empresas socialmente responsables. Por otro lado, el 86% de los ciudadanos opinaron que las actividades de responsabilidad social corporativa deben ser impuestas por el Estado. Y el 94% opinó que cambiarían de marcas tradicionales por marcas que cumplan con procesos responsables socialmente.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo tiene un enfoque mixto cuali-cuantitativo a través una investigación de tipo exploratoria cuyo propósito es reflejar la realidad de la responsabilidad social en el Ecuador, apoyada de una investigación descriptiva y documental con un método inductivo-deductivo.

RESULTADOS

Según el estudio de RSC realizado por Deloitte (2016) el 53% de empresas en el Ecuador cuentan con estrategias relacionadas a la RSC, un 34% de empresas nacionales se encuentra en proceso de establecer estrategias de RSC, y un 13% no se encuentra interesado y no tienen estrategias de RSC.

El 63% de las empresas tienen un 18% nivel de vínculo alto de RSC y rendimiento económico, un 45% tiene un nivel medio, esto indica que la RSC no se ha integrado a las empresas de manera completa y eficiente. Por

otro lado, el 77% de las empresas considera que las estrategias de RSC están vinculadas a las estrategias corporativas y un 33% considera que no, sin embargo, en relación con los resultados anteriores, las estrategias parecen no estar respondiendo a los indicadores de riesgo y de desempeño.

El 20% de los esfuerzos de las empresas en materia de RSC se enfocan en los colaboradores, el 18% se enfocan en el medio ambiente, el 17% en los consumidores y un 14% en accionistas, minoritariamente se encuentra la comunidad (13%), autoridades (9%), proveedores (6%) y competencia (4%). Esto demuestra que en el Ecuador la mayoría de las empresas se centran en los puntos tradicionales de la RSC, sin embargo, no se enfocan en los grupos de interés lo que revela que las empresas aún tienen deficiencias sobre lo que realmente significa y abarca la RSC.

El 36% de los gerentes generales de las empresas son los encargados de liderar la RSC, el 17% lo realiza el gerente de RCS, un 10% el Comité de RCS y un 12% otros departamentos. Lo que indica que los gerentes generales tienen conciencia sobre los beneficios que produce la RSC, sin embargo, es necesario que en caso de que el gerente general no lidere esta iniciativa lo realicen los departamentos encargados de este. Recalcando estos datos, se puede determinar que el 51% de las empresas tienen un involucramiento significativo de parte de la alta gerencia mientras que un 31% tiene un involucramiento medio.

Sin embargo, es necesario que las empresas ecuatorianas tomen acciones y además de realizar estrategias de RSC también analicen el retorno de dichas estrategias, siendo así que, el 67% de las empresas no han podido medir el ROI de las inversiones sociales y ambientales. Lo cual es preocupante debido a que al no existir un control las empresas no están ejecutando su RSC de manera eficiente lo cual puede derivar a que dejen de realizar dichas actividades.

Otro dato preocupante es que el 57% de las empresas ecuatorianas no han podido medir el impacto ambiental de sus procesos, lo cual es importante para medir los costos respecto a los procesos ejecutados en la organización e identificar vías para el ahorro en costos.

Por otro lado, la iniciativa y el deseo de las empresas por adquirir herramientas para la determinación del VAN en el aspecto de RSC se demuestra con el 63% de interés de las empresas en invertir en este tipo de herramientas.

Debido a las diferentes circunstancias del país, los presupuestos destinados para proyectos y actividades de RSC y sostenibilidad se redujeron de un 45% a un 16% entre el 2015 al 2016. De éstos, el 53% invierten menos del 5% de su presupuesto en RSC, y solo el 7% invierte más del 20% en RSC.

La falta de control de las actividades de RSC demuestra que falta mucho por mejorar la gestión de ésta área, tal como lo demuestran las estadísticas

en donde solo el 38% de las empresas llevan un registro o memoria de su responsabilidad social o sostenibilidad.

Como se mencionaba anteriormente, la RSC debe ser dada a conocer y debe ser aceptada o evaluada por los grupos de interés. Es por esto, que el 37% de las empresas en Ecuador desean reportar sus actividades a la Global Reporting Initiative (GRI), el 18% al Sistema de Reporte Integrado (IIRC), un 17% al Pacto Global, el 12% desean obtener la certificación ISO 26000, y el 16% desconoce de estos sistemas.

DISCUSIÓN

La verificación de las acciones de responsabilidad social dentro de las empresas en Ecuador es poco usual, tan solo el 11% realiza la verificación bajo las guías ISAE 3000 y AA 1000 brindadas por el GRI, el 64% de las empresas no realizan la verificación y el 24% desconocen estos sistemas.

De éstas empresas, el 43% toma en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en la aplicación de estrategias de RSC, el 44% no las aplica y el 14% desconoce de dichos objetivos. Dentro de los ODS, los considerados como estratégicos dentro de la RSC en Ecuador son el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) con un 23%, ODS 9 (Industria, Infraestructura e Innovación) con un 17%, ODS 3 y 4 (Buena salud y Educación de calidad respectivamente) con un 16% y los ODS 5 y 12 (Igualdad de Género y Consumo responsable y producción respectivamente) con un 14%.

En la actualidad las tendencias sociales en temas de sostenibilidad y RSC están en aumento, lo cual las empresas toman como factor importante para el desarrollo económico de las mismas, por lo cual, el 55% de las empresas en Ecuador conocen de estas tendencias, mientras que el 45% desconoce de éstas.

Finalmente, las empresas buscan tener impacto sobre los grupos de interés, sociedad y el medio ambiente. Por lo que, el 31% de las empresas persiguen el objetivo de que sus actividades de RSC impacten a los stakeholders, el 22% busca la sostenibilidad, el 14% busca destacar y ser reconocidos por su compromiso, el 7% busca un impacto positivo en el medio ambiente y el 5% busca reconocimiento internacional para mejorar su posicionamiento en el mercado.

CONCLUSIONES

La RSC son actividades voluntarias realizadas por las empresas con el fin de generar un impacto positivo en su entorno y a sus grupos de interés, pero también, conseguir beneficios económicos futuros. Además de los beneficios la RSC brinda a las organizaciones ahorrar costos y posicionarse en el mercado internacional como empresas con productos o servicios sustentables y sostenibles. En Ecuador, la RSC es una tendencia actual que no tiene más allá de 20 años, fue iniciada por las empresas multinacionales y poco a poco las empresas nacionales fueron adoptando estas estrategias, sin embargo, en la actualidad la RSC

se da en pocas empresas debido al desconocimiento de los beneficios que trae consigo la implementación de actividades de responsabilidad social. Por otro lado, las empresas que aplican estrategias de RSC en su mayoría mantienen deficiencias en la aplicación de dichas estrategias debido a la falta de conocimiento de los diferentes enfoques y herramientas que maneja esta tendencia. Por tanto, se concluye que en el Ecuador la RSC es un área poco explotado de la cual los grupos de interés concuerdan que debe ser obligatorio legalmente la aplicación de esta tendencia, y que las pocas empresas que lo aplican deben mejorar los procesos y los controles utilizados en las actividades de responsabilidad social.

REFERENCIAS

- Bajo, A. (2015). El diálogo empresa-stakeholders como fundamento del reconocimiento empresarial. *Comunicación y empresa responsable*, 91-110.
- Bonilla, L. (28 de Mayo de 2011). *Stakeholders y definiciones de RSE*. Managua: FIDEG.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Brothers.
- Cajiga, J. (22 de Mayo de 2009). *CEMEFI*. Obtenido de Centro Mexicano para la Filantropía: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model Of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 497-505.
- Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión empresarial*. CEPAL.
- Deloitte. (2016). *La Responsabilidad Social (RS) Como modelo de negocio*. Deloitte.
- Drucker, P. F. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 53-63.
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa*. San Vicente: Club Universitario.
- Frederick, W. C. (1960). The Growing Concern Over Business Responsibility. *California Management Review*, 54-61.
- Freeman, E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Darden Business School Working Paper No. 01-02*.
- García, M. J. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 65-77.
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS*, 205-224.
- Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Matters*. Londres: Earthscan Publications Ltd.
- Iglesias, P. Vera N(2018). Incidencia de la cultura administrativa en la sustentabilidad de las empresas familiares en el litoral. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación Vol 1, Núm 9, 57-70* <https://doi.org/10.31876/re.v1i9.115>
- IRSE. (2016). *INSTITUTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ECUADOR*. Obtenido de INSTITUTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DELECUADOR: <http://www.irse-ec.org/fundamentos-del-irse/>
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: doing good for your company and your cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Villalta, M. (2016). STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 21-30.
- Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Villata, M. (2016). STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 21-30.
- Navarro, F. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC.

- Observatorio de RSC. (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 58-64.
- Villacis, J.(2018). Factores de competencia entre PYMES. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación* Vol 2, Núm 16, 45-53 <https://doi.org/10.31876/re.v2i16.247>
- Villacís, C., Suárez, Y., & Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466.
- Vives, A., & Peinado, E. (2011). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA EN AMÉRICA LATINA*. Washington D.C.: FOMIN.