

Corporate social responsibility as a competitiveness strategy

Responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad

Celio Andrade Cordero

Docente, Universidad Católica de Cuenca

ORCID 0000-0003-2660-6783, candrade@ucacue.edu.ec

Revista Iberoamericana de la Educación

Vol – Especial 1 2021

e-ISSN: 2737-632x

Abstract: Corporate social responsibility has been established as a necessary and transcendental activity in those companies that have understood that responsible management is key for the development of countries; but, above all, for the complement of the human beings that interact in the productive social complex. In this sense, companies are a source of economic, social and environmental development that impacts the economy of countries. Corporate social responsibility is analyzed with attention to the ceramic sector in Ecuador, making use of a descriptive documentary methodology, from the approaches made by several authors, which were obtained by searching databases such as Scielo, Redalyc and others. From social responsibility, the fundamentals of the competitive impulse are observed when, as the first action of a socially responsible company, it is proposed to be competitive and sustainable, with greater emphasis in these times, corporate social responsibility has directed its gaze towards the internal, meeting the needs and requirements of its internal public to then generate benefits to the environment. In particular, companies in the ceramics sector in Ecuador have earmarked resources for social activities and programs aimed at supporting their communities.

Key words: Social responsibility, competitiveness, strategy, ceramic sector

Resumen: La responsabilidad social empresarial se ha instaurado como una actividad necesaria y de trascendencia en aquellas empresas que han comprendido que la gestión responsable es clave para el desarrollo de los países; pero, sobre todo, para el complemento de los seres humanos quienes interactúan en el complejo productivo social. En este sentido, las empresas se configuran en una fuente de desarrollo económico, social y ambiental que impactan la economía de los países. Se analiza la responsabilidad social empresarial con atención al sector cerámico de Ecuador, haciendo uso de una metodología documental de tipo descriptiva, partiendo de los planteamientos realizados por varios autores, los que fueron obtenidos mediante la búsqueda en base de datos como Scielo, Redalyc y otros. Desde la responsabilidad social se observan cimientos para el impulso competitivo cuando, se plantea como primera acción de una empresa socialmente responsable, el ser competitiva y sustentable, con mayor énfasis en estos tiempos, la responsabilidad social empresarial ha volcado su mirada a lo interno atendiendo las necesidades y requerimientos de su público interno para luego generar beneficios hacia el entorno. Particularmente, las empresas del sector cerámico en Ecuador han destinado recursos para actividades y programas sociales orientados a brindar apoyo a sus comunidades.

Palabras clave: Responsabilidad social, competitividad, estrategia, sector cerámico.



INTRODUCCIÓN

La situación mundial ha llevado a las empresas a redefinir la manera de hacer negocios, no solo a lo externo, sino, principalmente, a lo interno, considerando las consecuencias de la pandemia que azota al mundo entero y pone en riesgo no solo la integridad de las familias y la sociedad, sino, indiscutiblemente, la de los negocios; no obstante, la preocupación por la salud que en otrora había sido abordada como una opción en los programas de responsabilidad social, se transforma en una prioridad para la atención de los públicos internos y externos de una organización.

Al respecto, no solo el tema de la salud, sino la humanización de las acciones organizacionales toma auge ante la pandemia e impone reflexionar sobre cómo se están haciendo las cosas y de qué manera se deben hacer para favorecer a todos los actores involucrados; manteniendo o mejorando los estándares de producción y diseñando planes de gestión, no solo para subsistir a la situación; sino, para generar desarrollo social aparejado con los trabajadores, los clientes, el gobierno y la sociedad en general.

En este sentido, la gestión responsable de la empresa impacta, a lo interno, en el ambiente de trabajo, la motivación, el clima organizacional, entre otros aspectos que son claves para favorecer la productividad y la capacidad de las empresas para participar de manera competitiva en el Mercado interno y externo; es decir, la responsabilidad social no solamente se enfoca en el entorno organizacional, es necesario también, atender los asuntos internos y, coherentemente, mostrar interés por los trabajadores, sus familiares e incluso su entorno social, buscando una mejor interacción entre lo laboral y la calidad de vida de los individuos que conforman el capital más valioso de una organización.

MATERIALES Y METODOS

Considerando lo anterior, se avanza en el análisis de la responsabilidad social empresarial, con énfasis en el sector cerámico del Ecuador y alineado con la visión de competitividad, para lo cual se realiza una investigación de presenta a continuación un compendio de planteamientos de las teorías y propuestas de investigación relacionadas obtenidas a través de una revisión documental-bibliográfica, tomando como base los planteamientos de Alvarado y Jiménez (2020), Arboleda (2016), Guédez (2006), entre otros autores, que fueron obtenidos a través de la búsqueda en base de datos tales como Scielo, Redalyc de datos portales bibliográficos y repositorios como Scielo, Redalyc, Scopus, entre otros.

RESULTADOS

Se inicia este punto considerando que, durante el año 2020, como consecuencia de la pandemia, no fueron publicados los rankings globales de competitividad presentados por el Foro Económico Mundial, orientando las discusiones a configurar recomendaciones de cómo afrontar la crisis, anteriormente, en el año 2019, Ecuador ocupó la posición nro. 90, bajando 4 posiciones en el ranking de competitividad con respecto al 2018 (CLACDS, s/f)

Específicamente en Ecuador, se presenta la disparidad territorial como limitación para el desarrollo del país, destacando que “las provincias más competitivas son las que cuentan con mayor concentración económica, y que por el contrario las menos competitivas son los que cuentan con baja concentración económica” (Alvarado y Jiménez, 2020, p. 4); dicha desigualdad afecta los resultados globales del país que se apalanca en pocos territorios con mayor ingreso y desarrollo; consecuentemente se promueve el análisis de la competitividad con un enfoque regional acompañado de políticas públicas locales y nacionales cónsonas con el impulso del desarrollo de las áreas de impacto.

Lo anterior, es un aspecto que incide en los resultados país; no obstante, hay que sumar condicionantes negativas contravenidas con los pilares para el cálculo de competitividad señalado por el Foro Económico Mundial, a saber: “instituciones, infraestructura, macroeconomía, salud y educación primaria, educación y formación superior, eficiencia del mercado de bienes, eficiencia del mercado de trabajo, sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación de los negocios e innovación” (Alvarado y Jiménez, 2020, p.4), en el país se observa:

Inestabilidad política y las regulaciones laborales, como los indicadores de institucionalidad, sofisticación de negocios y educación superior (las variables que contribuyen a la caída son: baja matrícula en educación secundaria y en educación superior, y la calidad de las escuelas de negocios). Uno de los factores peor posicionado es el mercado laboral, ya que existe rigidez en la contratación (Fuentes y Véliz, 2017, p. 44).

Adicional, lo autores agregan corrupción, crimen, robos y burocracia ineficiente. A pesar de, resaltan las industrias que por su valor agregado nacional generan resultados positivos, tales como “fabricación de vidrio, productos refractarios y de cerámica (55%); fabricación de otros productos químicos (51%) y elaboración de café (49%)”. (Fuentes y Véliz, 2017, p. 45); conviene resaltar el comportamiento del sector cerámico, que aparece en el grupo.

Al respecto, se puede observar que la capacidad competitiva de un sector o empresa también se ve afectada por

la infraestructura, los mercados financieros, la sofisticación de los consumidores, la estructura productiva nacional, la tasa y estructura de las inversiones, la infraestructura científica y otros elementos no menos importantes, como la educación, las instituciones y la cultura. Sin embargo, no es este entorno el que se puede tornar competitivo, sino las empresas ubicadas en él. (Suñol, 2006, p. 4)

En general, la competitividad puede ser desarrollada gracias al conjunto de factores internos y externos que impactan un sector de negocio en particular, los cuales, bien observados, analizados y abordados, tanto por las empresas como por los gobiernos, pueden convertirse en oportunidades de desarrollo, en lo particular, el sector cerámico resulta favorecido por su consumo intermedio que, según Fuentes y Véliz, (2017) “mientras menor sea el consumo intermedio importado, mayor será el componente nacional de una industria”. (p. 45)

En estudio presentado por Alvarado y Jiménez (2020), en Ecuador ocho (8) cantones destacan con mayor competitividad mostrando un valor del ICR promedio de 5.7 y 6.0.

Entre estos cantones están Quito, Rumiñahui, Samborondón, Guayaquil y Cuenca los cuales cuentan con mayor movimiento económico y con mejor estándar de calidad en infraestructura, salud y educación. El caso del cantón Rumiñahui puede estar explicado por la cercanía con Quito y su posible contagio espacial (p.9).

Igualmente, los cantones de Loja, Machala, Ibarra, Durán entre otros 37 cantones, los cuales están condicionados por los pilares de infraestructura, de salud y educación. Dentro de este grupo también se encuentran los cantones Salinas, Baños, La Libertad, Santo Domingo entre otros. Los factores como el turismo hacen que la mayor parte de su población se encuentre empleada y que por lo tanto se genere mayores ingresos para esos cantones (p.9).

En cuanto a los cantones con menor competitividad resaltan “Yacuambi Quinsaloma, Logroño entre otros 42 cantones; debido principalmente a que no cuentan con un buen estado de la infraestructura, el acceso a salud y educación es baja, y tienen un tamaño de mercado reducido” (Alvarado y Jiménez, 2020, p. 9). Los resultados arrojados orientan la necesidad de atender el ámbito político y académico de las zonas menos favorecidas para disminuir la disparidad territorial que impacta negativamente el desarrollo del país.

La responsabilidad social empresarial surge como una acción que trasciende el sistema de producción y comercialización, para participar de manera activa en la construcción de mejores empresas, sociedades y países, en este sentido, una empresa, socialmente responsable, entiende, que más allá de la satisfacción de necesidades a través de bienes o servicios de cualquier índole, se sobrepone la acción dirigida al desarrollo sustentable como un compromiso ante la demanda de los nuevos tiempos.

Convenientemente, esa acción responsable parte de lo interno, de la necesidad de velar por el bienestar de los empleados y, también, de los resultados de la empresa como ente económicamente productivo, Chancay y Cedeño (2016, p. 40) señala que

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), está asociada al compromiso que establece la empresa hacia el mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados y del público con el cual se relaciona (sean la comunidad local donde se encuentra ubicada la misma, las familias o la sociedad en general). Ello implica la aplicación de una forma de gestión empresarial sustentada en el establecimiento de metas que estén en conformidad con el desarrollo sostenible, lo que se manifiesta en la preservación de los recursos ambientales, sociales y culturales, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Insiste, Chancay y Cedeño (2016), que la RSE es concebida por la empresa como un aporte voluntario en pro del bienestar colectivo destinado, inicialmente, al “mejoramiento social, económico y ambiental (...) con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido”. (p. 43). De acuerdo con lo referido, las acciones orientadas al beneficio de los diferentes públicos se retribuyen en el entorno social inter e intraorganizacional, más allá, genera una dinámica social organizacional de gran escala que permite el desarrollo local, regional y nacional, comprometiendo e involucrando a todos los actores necesarios, incluso a los entes públicos.

Vale reconocer, la necesidad de estimular la participación voluntaria de todos, es decir, empresa, a través de sus trabajadores, los beneficiados directos e indirectos y, también, los representantes de las instituciones gubernamentales, como principales responsables de garantizar el beneficio social y ciudadano, en este sentido, la responsabilidad social es conjunta y como tal debe ser ejecutada, de esta manera se garantiza mayor compromiso y corresponsabilidad en las acciones y en el sostenimiento de los resultados.

Es por ello, que Chancay y Cedeño (2016), refiere que:

La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes; pero para ello tiene que producirse necesariamente una mayor y más estrecha colaboración entre las instituciones públicas y la empresa en la resolución de muchos de los problemas de la sociedad. (p. 48).

Si se acepta como válido lo planteado, no se puede negar tampoco, la responsabilidad que tiene el Estado de impulsar, a través de políticas públicas, la participación de empresas privadas y públicas en el bienestar social y en la calidad de vida que; sin lugar a dudas, es una prioridad de los gobiernos en su rol de servidores sociales.

De allí, que será importante “reforzar una conciencia de los efectos e impactos que las acciones y decisiones que provoca la ejecución de políticas públicas y asignación de recursos económicos, razones para plantear necesaria e innegablemente la aplicación de un modelo de responsabilidad social” (Luque González et al., 2020, p. 285). En este sentido la transparencia y la claridad en la directriz estatal permitirá un mejor desempeño de las acciones de responsabilidad social tanto en el sector público como en el privado, con beneficio directo para la ciudadanía.

No obstante, el desempeño público podría considerarse poco eficiente en la materia, tomando en consideración que Caruana y Srnec 2013, (como se citó en, Luque González *et al.*, 2020, p. 291), señalan que, a lo largo del siglo XX, los modelos de políticas sociales de América Latina han pasado por fuertes oscilaciones, tensiones y retrocesos esto ha llevado a que los Estados sean incapaces de resolver los problemas sociales, el desempleo y el aumento de la desigualdad social.

Dejando así una gran carga a la empresa privada que extiende su brazo ejecutor para participar activamente en el desarrollo de las sociedades, atendiendo, como ya se refirió, asuntos como la reducción de la pobreza, la disminución de problemas sociales como: la desigualdad, la violencia, la afectación al medio ambiente, la desnutrición, la educación, entre muchos otros y, dependiendo del área de acción empresarial, pueden ser abordados de manera directa o indirecta, esto quiere decir, que las empresas independiente de su razón social pueden intervenir en diferentes áreas de RS.

Se debe mencionar, además, que existen rutas o posturas internacionalmente aceptadas para el abordaje de la responsabilidad social no solo la empresarial, sino la que debe ser asumida por los gobiernos y la sociedad en general para contrarrestar la desigualdad y la injusticia social, entre otros asuntos que resultan de vital importancia para el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos de un país.

En este sentido, la Norma ISO 26000 (2011) establece que las organizaciones deben respetar como mínimo los principios que a continuación se describen: Rendición de Cuentas, ante las autoridades competentes. Ello incluye a quienes controlan la compañía y a las autoridades legales, así como a los demás grupos de interés. Transparencia: las organizaciones deben revelar de forma clara la información sobre sus decisiones, políticas y las actividades que impacten a la sociedad debe estar fácilmente disponible y accesible para los interesados. Comportamiento ético: el comportamiento basado en los valores de honestidad, equidad e integridad. Respeto a los intereses de los stakeholders: respetar, considerar y responder a los intereses de todos aquellos actores que directa o indirectamente forman parte del laborar diario de la empresa y la permiten desarrollarse. Respeto al principio de legalidad: cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables. Respeto a la norma internacional de comportamiento: respetar la normatividad internacional de comportamiento, Respeto a los derechos humanos: respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y universalidad.

De manera semejante, el Pacto Mundial (2000) establecido por la Organización de las Naciones Unidas enmarca principios de responsabilidad social divididos en cuatro áreas: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción, dichos principios son de adscripción voluntaria por parte de las empresas; no obstante, su validez global se fundamenta en las declaraciones y convenciones universales, razón por la cual, deberían constituirse en una guía para la ejecución de acciones en la materia en conjunto con las características sociales que rodean a las empresas.

DISCUSION

Todo lo anterior, vislumbra la incorporación de acciones de responsabilidad social como un compromiso con el desarrollo, a lo interno y externo, de las empresas; no está demás señalar que la globalización, aunada al embate de la pandemia evidencia, desde el contexto organizacional, la necesidad de contribuir con el desarrollo de una mejor sociedad. Otros acuerdos internacionales con el Protocolo de Kyoto de 1997, el Pacto Global celebrado en Suiza en el año 1999, que involucró a las Naciones Unidas y al mundo del libre mercado, complementado con el Libro Verde de la Comisión de Comunidades Europeas en Bruselas, en el año 2001, promocionan a nivel mundial la acción responsable de las empresas en diversas áreas, las cuales, tradicionalmente, se han enmarcado en salud, ambiente, economía y educación.

Consecuentemente, las empresas han comprendido que la responsabilidad social no consiste solo en el diseño de programas puntuales que atienden de manera esporádica asuntos sociales o de otra índole, por el contrario, han entendido que se trata de un compromiso con y para el desarrollo de la sociedad y de los países, y que se constituyen en una ventaja distintiva en el mercado, favoreciendo la reputación, la relaciones con otros sectores económicos e impactando de manera positiva en los públicos organizacionales. (Daniel *et al.*, 2019)

Acorde con, la Norma ISO 26000 (2010), considera que la RSE conviene constituirse en esencia de la organización, impregnando su cultura, así como todas las actividades, estrategias, operaciones y debe “generar competencias internas en materia de responsabilidad social; desarrollar la comunicación interna y externa relativa a la responsabilidad social y revisar periódicamente estas acciones y prácticas relacionadas con la responsabilidad social”. (Visión esquemática de la Norma ISO 26000, párrafo 4)

Se insiste en que no se trata de un esfuerzo unilateral, la responsabilidad social reposa en tres aristas: gobierno y sus instituciones, sociedad y empresas privadas, en este sentido, las empresas privadas se constituyen en un soporte que desde su quehacer y su alcance geográfico trasciende, más allá, de sus bienes y servicios, con programas de impacto social.

Más recientemente, la RSE ha volcado su mirada al interior de la organización, apuntando a satisfacer las necesidades de sus trabajadores tanto en lo laboral como en lo personal, familiar y social, al respecto,

Las organizaciones que se amparan en los principios de RSE desarrollan una alta competitividad empresarial, marcando los lineamientos y la filosofía entre su capital humano, buscando transmitir estabilidad, seguridad, compromiso y empoderamiento de cada una de sus actividades, aportando así a la sociedad colaboradores responsables y ciudadanos ejemplares en ética y valores. (Grijalva y Fernández, 2020, p. 317)

La definición anterior, tiene un alto impacto y significación en la gestión organizacional, un trabajador motivado y agradecido tiende a trabajar con mayor compromiso y disposición favoreciendo la productividad, apoyando el trabajo en equipo y colaborando de manera entusiasta en todas las acciones que lleve a cabo la empresa, entendiendo que, en gran parte de los casos, las acciones de responsabilidad social, tanto internas como externas, involucran al mismo personal de la empresa para poder ejecutarse.

Los debates presentados en Davos (2020) se orientaron, impulsados por el contexto pandemia, a la necesidad de hacer crecer los negocios de manera responsable, resaltando el lado humano de los negocios al colocar en el centro de los proyectos, programas y políticas públicas y privadas al ser humano junto al ambiente. (transformarparterning, s/f; Federación Ecuatoriana de Exportadores, 2020). Igualmente, es imprescindible que las empresas sean sostenibles e inclusivas, asunto que no es nuevo, si se considera que Drucker (1984), señala que la RSE implica obtener ganancias rentables para cubrir los costos futuros, en este sentido, el mayor compromiso de una empresa es ser lo suficientemente rentable como para sostenerse en el tiempo, garantizar las fuentes de trabajo, los bienes y servicios y las correspondientes ganancias para los accionistas. (Guédez, 2006).

Coherentemente, se promueve desde el Foro Económico Mundial un liderazgo más responsable orientado al desempeño organizacional, la innovación continua y la sostenibilidad y la confianza, esto último enfocado en la atención de las necesidades de los actores internos y externos; en este sentido, resaltan algunos atributos como lo son: la capacidad de inclusión; la emoción e intuición, como claves para un liderazgo más humanizado; la posibilidad de inspirar a través de una misión y propósito compartido; la innovación y el intelecto e intuición, todo esto impulsando el aprendizaje continuo, el intercambio de conocimientos y la creación de nuevo valor organizacional y social, de cara al cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. (transformarparterning, s/f).

Se considera, la RSE como el conjunto de acciones que la empresa asume mediante compromisos internos y externos para responder por el bienestar ético, económico y social de sus trabajadores, valor del impacto de sus acciones en la conservación del medio ambiente y el bienestar de los ciudadanos para lograr el mejoramiento de la calidad de vida en la sociedad.

En relación, la dimensión ética es el pilar fundamental del concepto responsabilidad social empresarial, existen muchos valores explícitos e implícitos en los aportes científicos y empíricos sobre este tema, la responsabilidad Social empresarial es un constructo multidimensional que pretende satisfacer las necesidades de los grupos de interés internos y externos en el contexto de las interrelaciones que nacen en la actividad empresarial, las empresas deben alcanzar el equilibrio entre el desarrollo humano, el desarrollo económico sostenible y el cuidado medioambiental, la conciencia moral es parte del ser humano que permite un ser sensible ante sus actos, supone la existencia de un contrato social implícito, entre la sociedad y la empresa, en este orden de ideas, Barrios (2000), expresa que el problema de la responsabilidad social, representa el valor ético-social de la organización, pero también se relaciona con el ético-moral.

Al respecto, el libro verde de la Unión Europea (2001), plantea que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, en este contexto se promueve el equilibrio del desarrollo económico con el desarrollo humano y el cuidado del medioambiente, desde esta perspectiva la gestión de la responsabilidad social en las empresas, puede ser utilizada como estrategia en la generación de ventajas competitivas, en el mejoramiento de la imagen corporativa, en un mayor nivel de vinculación con los grupos de interés, en el crecimiento empresarial, con acciones positivas ante la demanda social.

Lo señalado, impulsa la mirada de la responsabilidad social como una estrategia que a lo interno moldea procesos y resultados positivos que impactan en la productividad de las empresas, el sector económico en el cual están inmersas y, consecuentemente en los índices de competitividad de los países. En Ecuador, se han dado una serie de políticas para potenciar la aplicación de la responsabilidad social, como estrategia empresarial, se ha generado un movimiento empresarial capaz de acelerar el involucramiento de las organizaciones con particular participación de las empresas manufactureras en el caso del sector cerámico; sin embargo se presentan situaciones donde no hay un reconocimiento a los principios que rigen la responsabilidad social, tales como: la rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los derechos humanos, normativas establecidas; implicados en la aplicación de la responsabilidad social.

Por lo anterior, prevalece la presencia de empresas orientadas a la obtención de ganancias y objetivos lucrativos, sin considerar que éstos deben establecerse para generar impacto económico y social porque la responsabilidad requiere la aplicación de un modelo de gestión que incluya compromisos, principios, interacciones, transparencia y comportamiento socialmente adecuados a las normativas existentes y a las exigencias del entorno. La responsabilidad social como estrategia de gestión para el crecimiento empresarial en sus múltiples dimensiones, incide en los resultados empresariales, en la generación de ventajas competitivas para el mejoramiento de la imagen corporativa, en un mayor nivel de vinculación con los grupos de interés.

Asimismo, las instituciones públicas de Ecuador propician cambios en la ciudadanía en general, tanto en su composición como en sus aspiraciones y demandas. Se trata de atender estas demandas como variables dinámicas de la gestión pública que favorecen la igualdad de género, la protección de los grupos vulnerables, la transparencia, la participación ciudadana, la inclusión, el desarrollo sostenible y sustentable, el cuidado de la naturaleza (Quezada, 2008).

En Ecuador existen empresas comprometidas con el cumplimiento de las leyes relacionadas con ambiente; sin embargo, lo hacen con mucho esfuerzo, ya que las prácticas de responsabilidad social requieren de inversión, recursos humanos, materiales y económicos, para implementar programas y políticas que impacten positivamente en la gestión y en el compromiso con el entorno. (Grijalva y Fernández, 2020). Vale destacar que las prácticas de responsabilidad social de las empresas, al margen de responder en algunos países al marco jurídico impuesto, son el reflejo de la voluntad e interés de las empresas por trascender con sus acciones.

Estudios en el área, evidencian la preocupación que tienen las empresas privadas y públicas del Ecuador para incorporar a sus esquemas de gestión las actividades de RSE, es así como, en Quintero *et al.* (2018) surgen resultados alentadores en materia de responsabilidad social en empresas cementeras del Ecuador, las cuales en conjunto con la sociedad han progresado en la corresponsabilidad.

Hay indicios de asignación de presupuesto, por parte de las tres principales empresas, LAFARGEHOLCIM UNACEM y UCEM C.E.M, para las actividades y programas sociales que abordan áreas como: apoyo a las comunidades vulnerables, innovación sustentable de productos, salud, protección del medio ambiente, reforestación, entre otros, todo lo anterior fortalece los elementos de competitividad del país; pero, más importante, mejora la calidad de vida de los ciudadanos y genera una mayor interacción entre las empresas y sus públicos internos y externos. (Quintero *et al.*, 2018)

Puntualmente, los autores señalan:

la responsabilidad social es esencial dentro de las políticas empresariales de corto, mediano y largo plazo donde los tres grupos económicos cementeros en Ecuador, tienen una gran influencia mediante la aplicación de su marketing social corporativo de responsabilidad social empresarial, publicitando sus actividades sociales a través de las redes sociales, sitios web propios y especializados. Con ello, se pretende persuadir a la sociedad en cuidar el medio ambiente y la vida, mientras que disuadir a la misma sociedad a no desperdiciar recursos no renovables y escasos.

Igualmente, en estudio llevado a cabo por Ormaza *et al.* (2020) sobre responsabilidad social en Ecuador

se ha conseguido de manera importante grandes logros vinculados con los ODS propuestos en la Agenda 2030 así como en relación a las dimensiones de la RSE;

sin embargo, existe mucho camino por recorrer; es momento de concientizar a los empresarios sobre los cambios que se deben afrontar desde la vigencia de la Agenda 2030 en materia normativa y política pública; asimismo, un cúmulo de oportunidades que se presentan (pp. 190-191)

No obstante, se deben reconocer los esfuerzos que el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, así como otros entes del Estado, han llevado a cabo para impulsar políticas y orientaciones en el área, destacando el Plan nacional de Desarrollo 2017-2021 – Toda una Vida, el cual, alineado con la Agenda 2030 busca atender prioritariamente temas como: desnutrición infantil, seguridad alimentaria, vivienda digna, violencia de género, entre otros. (Ormaza *et al.*, 2020)

La materia resulta de interés para diferentes sectores económicos, lo que se constituye en un buen indicativo de los alcances que en el mediano y largo plazo el Ecuador puede lograr en materia de responsabilidad social, no solo como acción del Estado, sino como resultado de la integración de los esfuerzos de todos los actores sociales y económicos; sin dudas, falta mucho camino por recorrer; favorablemente, se está caminando.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial ha sido y será una actividad fundamental para ampliar el espectro de acción que una organización puede alcanzar en sus interacciones con el entorno, más allá de producir y vender bienes y servicios. La actual sociedad requiere de una revisión y de un impulso para reorientar su rumbo; es necesario, afianzar los valores, generar compromiso ciudadano, promover la solidaridad, como acciones que desde lo micro impacten el engranaje social.

Si bien es cierto, que la familia y la escuela son los entes sociales, por excelencia, para llevar a cabo esta tarea, la realidad mundial supone una acción emergente de todos y, en esto, los gobiernos y sus instituciones, principalmente, así como, las empresas privadas, tienen mucho que aportar. Se hace necesario el reconocimiento del carácter social de las actividades empresariales, del compromiso que tienen estas con el bien común, en fin, el inicio de la preocupación por la ética empresarial radica en la demanda social por el impacto que producen sus actuaciones en los ecosistemas económico, social y ambiental.

Particularmente, la acción responsable de las empresas del sector cerámico en Ecuador, se ha orientado, principalmente, a concientizar a la sociedad sobre el cuidado del medio ambiente y el uso racional de los recursos disponibles; sobre la materia, es mucho lo que se puede hacer para incorporar la RSE en todas las acciones empresariales y en el compromiso de las empresas más allá de su área de acción. Especial interés revierte la participación del Estado en la definición de políticas públicas que promuevan la acción responsable de las empresas en el desarrollo y bienestar de la sociedad.

Por lo demás, crear mejores condiciones de trabajo, ambientes laborables sanos y relaciones más humanas entre las empresas y sus públicos internos, favorecerá los resultados corporativos aumentado la productividad, generando mejores relaciones con los públicos externos y creando condiciones para aportar a los índices de competitividad regional, nacional e internacional de cada país, en este sentido, es mucho lo que una empresa gana al incorporarse voluntariamente al desarrollo social del país.

REFERENCIAS

- Arboleda, H. (2016). Competitividad: Concepto y Evolución Histórica. *Revista de Economía & Administración*, 13(2), 14-28.
<https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21>
- Alvarado, R. y Jiménez, C.. (2020). Relación entre competitividad y desarrollo regional en Ecuador: una aplicación de modelos espaciales. *Revista Economía y Política*, núm. 31, Universidad de Cuenca, Ecuador. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571162102008>. DOI:
<https://doi.org/10.25097/rep.n31.2020.06>
- Centro Latinoamericano para la Competitividad y el desarrollo sostenible (CLACDS). (s/f) Informe global de competitividad 2020.
<https://www.incae.edu/es/clacds/proyectos/informe-global-de-competitividad-2020.html>
- Chancay, A. (2016). Responsabilidad social corporativa: Historia y problemas para su estudio. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas 1(1)*, 39-50

- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). “Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”. Bruselas (18.7.2001)
- CARROL, A. C. (1999) Corporate social responsibility. *Business and Society*, 3 (38), 268-295.
- Federación Ecuatoriana de Exportadores (6 de enero de 2020). Ecuador, uno de los países menos competitivos en Latinoamérica. <https://www.fedexpor.com/ecuador-menos-competitivo-en-2019/>
- Flores, V. y Morocho, J. (2018). Análisis situacional de la competitividad en Ecuador: los sistemas de información como herramienta de mejora. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*. Vol. 12 N° 22. Ed. Esp. pp. 483-494. <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arje22e/art45.pdf>
- Fuentes E. y Véliz, G. (2017). La competitividad global. *11(4)*. 41-47. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/113/97>
- Quezada, R. A. G. (2008). Aplicaciones de la responsabilidad social a la nueva gestión pública. *DAAPGE: Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, (11), 1-28.
- Grijalva Morejón, B. y Fernández Lorenzo, A. (2020). Responsabilidad social empresarial y competitividad en las clínicas de salud privadas de Quito, Ecuador. *COODES*, 8(2), 315-328. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310340X2020000200315&script=sci_abstract&tlng=pt
- Guédez, V. (2006). Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social. Caracas, Venezuela: Editorial Planeta. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 4, 91-112.
- Daniel Licandro, O., Alvarado-Peña, L. J., Sansores Guerrero, E. A., & Navarrete Marneou, J. E. (2019). Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(85), 281-299. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23843>
- Luque González, A., Merino Chiliquinga, V. E., & Solís Benavides, P. R. (2020). Gestión pública socialmente responsable: Caso hilando el desarrollo en Ecuador. *Revista*

Venezolana De Gerencia, 24(2), 285-307.
<https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31494>

Malaver, F. (1999). *Lecturas sobre competitividad, empresa y educación gerencial*. Bogotá: Centro Editorial Javeriano.

Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010). *ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Organización Internacional de Normalización (ISO). (2011). *Guía de Responsabilidad Social (ISO 26.0000:2012, IDT)*. Montevideo: UNIT.

Ormaza Andrade, J.; Ochoa Crespo, J.; Ramírez Valarezo, F.; Quevedo Vázquez, Jorge (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI (3), pp. 175-193
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>

Quintero Sánchez, R.; Morales Roela, J. y Morán Bermello, K. (2018). Retos del marketing social corporativo y responsabilidad social empresarial: Caso de estudio – empresas cementeras en Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2018)*. En línea: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/marketing-social-corporativo.html/hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1807marketing-social-corporativo>

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, vol. XXXI, núm. 2, abril-junio, pp. 179-198. Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Santo Domingo, República Dominicana. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87031202>

Transforma Partnering. (s/f). *Davos 2020: resumen ejecutivo de las conclusiones e iniciativas que tendrán mayor impacto en tu negocio*. <https://www.transformapartnering.com/davos-2020/>

WEF (2014). *The Global Competitiveness Report: 2014-2015*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum (WEF). Disponible en: [http://www.weforum.org/reports?filter\[type\]=Annual%20Reports](http://www.weforum.org/reports?filter[type]=Annual%20Reports)