

Responsabilidad social empresarial en el contexto del COVID-19

Corporate social responsibility in the context of the COVID-19

Manuel Rafael Quevedo Barros¹ , Rafael Jubencio Patiño Astudillo² ,

Silvia Ximena Vinueza Morales³ 

Cómo citar

Quevedo Barros, M. R., Patiño Astudillo, R. J. y Vinueza Morales, S. X. (2021). Responsabilidad social empresarial en el contexto del coronavirus 2019 (COVID-19). *Socialium*, 5(1), 75-85. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2021.5.1.813>

¹Magister en Contabilidad y Auditoría, Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, Ecuador.

mrquevedob@ucacue.edu.
[Google Scholar](#)

²Magister en Gerencia de Proyectos para el Desarrollo, Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

rpatinoa@ucacue.edu.ec
[Google Scholar](#)

³Magister en Procesos Educativos Mediados por Tecnología, Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

svinueza@ucacue.edu.ec
[Google Scholar](#)

Arbitrado por pares ciegos

Recibido: 15/07/2020

Aceptado: 20/11/20

RESUMEN

La tragedia humana y las implicaciones económicas, sociales y ambientales producto de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19) causó un gran impacto en diversos sectores económicos a nivel mundial abriendo la posibilidad de aplicar estrategias relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Por lo cual, la principal finalidad del artículo es ofrecer una visión sobre el impacto de la enfermedad por coronavirus COVID-19 o SARS-CoV-2 en la responsabilidad social empresarial (RSE), en relación a la práctica y generación de oportunidades orientadas a sobrellevar desafíos sociales y ambientales globales para la administración de las organizaciones desarrolladas en el contexto de la pandemia. Concluyendo que el trabajo conjunto entre lo económico, social y ambiental promueve la generación de beneficios a las empresas y la sociedad, donde, la crisis por la pandemia promueve un cambio en la visión y enfoque de las organizaciones para participar activamente de iniciativas de RSE a un corto y largo plazo.

Palabras clave: coronavirus; COVID-19; pandemia; responsabilidad social empresarial.

ABSTRACT

The human tragedy and the economic, social and environmental implications of the coronavirus disease 2019 (COVID-19) caused a great impact in various economic sectors worldwide, opening the possibility of applying strategies related to Corporate Social Responsibility (CSR). Therefore, the main purpose of the article is to offer a vision on the impact of the coronavirus disease COVID-19 or SARS-CoV-2 on corporate social responsibility (CSR), in relation to the practice and generation of opportunities oriented to overcome global social and environmental challenges for the management of organizations developed in the context of the pandemic. Concluding that the joint work between the economic, social and environmental promotes the generation of benefits to companies and society, where the crisis due to the pandemic promotes a change in the vision and approach of organizations to actively participate in CSR initiatives through a short and long term.

Keywords: coronavirus; COVID-19; pandemic; corporate social responsibility.

Introducción

Los primeros casos del nuevo coronavirus COVID-19 se conocen a partir de enero de 2020 en China, avanzado progresivamente a nivel mundial, siendo el 11 de marzo de 2020 declarado como pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) (CEPAL, 2020). En respuesta, al inesperado cambio mundial producto de la aparición del COVID-19 se promueve un cambio en nuestra visión económica, social, política y cultural del mundo (He y Harris, 2020; Mohammad, 2020), causando un gran impacto en sus diferentes sectores económicos por ordenamientos de encierro generalizado, restricción vehicular, distanciamiento social y cambios en la forma de adquirir productos y servicios.

En la actualidad no hay país u organismo internacional que no haya cambiado su forma de operar redefiniendo sus planes y reencausando sus recursos disponibles, orientados hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental en respuesta a la conmoción social y económica (CEPAL, 2020).

En este contexto, es innegable el valor estratégico empresarial representado por la unificación social, económica y ambiental de los procedimientos empresariales, siendo probable que la presencia de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19) represente un planteamiento de nuevos desafíos y pruebas para las empresas y organizaciones con respecto a la responsabilidad social empresarial (RSE).

Es por ello, que la principal finalidad del manuscrito es ofrecer una visión sobre el impacto de la enfermedad por coronavirus COVID-19 o SARS-CoV-2 en la responsabilidad social empresarial (RSE), en relación a su práctica y la generación de oportunidades orientadas a sobrellevar desafíos sociales y ambientales globales para la administración de las organizaciones desarrollados en el contexto de la pandemia.

Método

Se realizó una revisión bibliográfica sistemática para construir un análisis crítico reflexivo del contenido de documentos en la base de datos SCOPUS. En primera instancia se realizó una primera búsqueda sobre la temática de la Responsabilidad Social Empresarial sin considerar relación alguna con la enfermedad por coronavirus, obteniendo 24.393 artículos y revisiones, sin distinción idiomas, años de publicación encontrando investigaciones en un rango de 1949 a 2020.

Con un proceso de pesquisa más meticuloso, la estrategia de búsqueda adoptada fue mediante el uso de palabras claves o descriptores conectados por operadores booleanos AND y OR extraídas de la

Base de Datos Scopus, utilizando la siguiente estrategia de recuperación vinculada al título del artículo, resumen y palabras claves: (TITLE-ABS-KEY ("Corporate Social Responsibility*" OR "CSR" OR "Responsabilidad Social empresarial*" OR "RSE") AND (TITLE-ABS-KEY ({Covid-19} OR "CORONAVIRUS*" OR {SARS-CoV-2} OR {2019-nCoV}))). Luego de descartar cartas al editor y editoriales, se obtuvo un total de 10 artículos publicados en el 2020 que guardaban pertinencia con el estudio y su adherencia a la temática abordada entre la práctica del RSE y la enfermedad por coronavirus COVID-19. Además, se realizó una búsqueda mediante Google Académico y noticias de actualidad de cadenas internacionales como la BBC NEW para el complemento de la fundamentación teórica.

Resultado

Referencias teóricas de la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social envuelve el compromiso y obligaciones que deben acatar las empresas para lograr una sociedad justa y comprometida con el medio ambiente en forma directa o abstentiva, aseveraciones equiparadas por la Organización Internacional de Normalización (2010) al reconocerla como la responsabilidad de las organizaciones sobre su accionar positivo o negativo ante la sociedad y el medio ambiente de acuerdo a los marcos normativos nacionales e internacionales de comportamiento.

Los inicios del estudio sobre la Responsabilidad Social Empresarial se atribuyen a los estudios de Bowen (1953, p. 6) que “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”, logrando definir que las acciones y decisiones tomadas por la gerencia, impactan significativamente en la fuerza laboral, seguridad personal, satisfacción personal, los recursos naturales y relaciones internacionales.

Continuando con la cronología de la contextualización de la RSE, autores como Frederick (1960) aseveran que su análisis final implica una postura pública hacia el recurso económico y humano destinados para fines sociales y no intereses egoístas. McGuire (1963) sostiene que no solo existen obligaciones económicas y jurídicas sino sociales por parte de las organizaciones.

A su vez, Davis (1967, p. 7) determina que la Responsabilidad Social Empresarial “... expresa en la ley, costumbres y los acuerdos institucionales que definen las condiciones para el uso responsable del poder ...” orientado a maximizar los beneficios para los accionistas de acuerdo a parámetros legales

y éticos (Friedman, 1970), atenciones económicas y procedimentales propias de la región y en un punto del tiempo específico (Carroll, 1979).

Asimismo, en 1980 se relaciona la responsabilidad social con las organizaciones, siendo Drucker (1984) quien reconoce que la responsabilidad social convierte un problema social en una oportunidad y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagos, evidenciando una notable evolución al relacionar la problemática social y la empresa.

Es a partir del 2000 que la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) la define como un mecanismo que busca mejorar la sociedad y el medio ambiente invirtiendo en el capital humano, tecnología limpia, respeto al medio ambiente a fin de optimizar la competitividad empresarial.

Mohr, Webb, y Harris (2001) definió a la RSE como el compromiso empresarial de maximizar los beneficios en la sociedad eliminando o disminuyendo efectos perjudiciales. La RSE es un constructo que integra responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica a ser posicionadas por las diferentes empresas (Carroll, 1979, 1991), evidenciando que su estudio en la gestión empresarial data de la década de 1950 por el impacto nocivo que las empresas pudieran incurrir en su entorno y conciencia ambiental del consumidor (Ingenbleek, Meulenbergh, y Van Trijp, 2015; Khanagar et al., 2020; Maignan, 2001; Perera y Hewege, 2016; Zaichkowsky, 1991).

De acuerdo a lo expuesto, la RSE es clave en la evolución de las organizaciones al ser considerada una estrategia de gestión que observa el impacto económico, social y ambiental de sus decisiones direccionadas a lograr un beneficio empresarial, denotando a los problemas sociales como un desviación significativa en la sostenibilidad y reputación de la empresa (EKOS, 2012), desvalorizando las especulaciones sobre ser una opción de moda para la presentación de informes (Duque, Cardona, y Rendón, 2013).

En ese sentido, se revela un incremento en la concientización de las organizaciones porque su accionar repercute en la sociedad, el medio ambiente y la actividad económica de los pueblos, buscando minimizar efectos negativos que pueden incurrir en la mejora de la calidad y el desarrollo de los grupos de interés (Lario y Peñalver, 2009). Es por ello, que adoptar un modelo de gestión socialmente responsable y encaminado a satisfacer económicamente y socialmente las necesidades laborales y de clientes externos de la organización contribuyen a afrontar los efectos nocivos que desafían a las empresas.

En países como el Ecuador la incursión en la práctica de RSE es motivada a partir de actualizaciones de la norma suprema. El cambio de gobierno del 2006 que impulso la elaboración de la nueva

Constitución de la República en el 2008, con lo cual, la elaboración del Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013 (PNBV) diseñó lineamientos para una agenda alternativa con el objetivo de constituir un Estado plurinacional e intercultural y a su vez alcanzar el Buen Vivir (Sumak Kawsay) (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009). A fin de establecer una forma de relacionamiento diferente, siendo la individualidad la que se somete al principio de responsabilidad social, compromiso ético y su relación con la naturaleza (Villacís, Suarez, y Guillin, 2016).

En este sentido, las empresas ecuatorianas reconocen como uno de los objetivos de la RSE, lograr que sus decisiones y operaciones se basen en principios éticos orientados a beneficiar a la sociedad, al entorno en el que se desenvuelve y a sus clientes internos y externos (Rivadeneira, 2014, p. 4), además de buscar el perfeccionamiento social mediante el humanismo auténtico y solidario, dedicados a impulsar la práctica, la aplicación técnica y metodológica de la responsabilidad social con base en la implantación del modelo de RSE, revelando que la importancia de su adopción reside en la sostenibilidad económica, la credibilidad y transparencia de la información divulgada sobre su accionar (Coba, Díaz, Zurita, y Proaño, 2017).

Impactos de la enfermedad por coronavirus COVID-19 y los desafíos para la administración de las organizaciones.

La actual pandemia producto del virus del COVID-19 promueven contracciones en las grandes economías de China, la Unión Europea, y Estados Unidos, producto del impacto en el dinamismo del intercambio y el crecimiento productivo determinantes para el óptimo accionar de los agentes económicos, al mantener círculos de causación acumulativa virtuosa o viciosa al depender de la demanda, sus ingresos, el empleo, la productividad y su relación con las unidades de producción.

Asimismo, ante la situación desesperante, fruto de la pandemia por coronavirus, la población latinoamericana vive un incremento de la incertidumbre económica acompañada de tensiones políticas y sociales que incurren en la presión sobre la administración pública y sanitaria. Gobiernos que afrontarán la crisis mundial con un aparato estatal con graves problemas de funcionamiento y una inexistente coordinación supranacional efectiva (Malamud y Nuñez, 2020).

Martin-Fiorino y Reyes (2020, p. 725) explican que ante la pandemia, “tanto las personas como los grupos sociales tienen la tendencia al “sálvese quien pueda”, ... es claro que ha sido la solidaridad, la disciplina y el desempeño incluyente a largo plazo ... quien contribuye para superar la situación”, entendiéndose que los desafíos ante la contingencia conlleva activar el propósito de la organización,

mejorar la comunicación interna, construir alianzas a corto y largo plazo, incrementando la innovación y capacidad de adaptación.

En la complejidad del COVID-19 se plantean desafíos a las organizaciones con respecto a la RSE, a tal punto que varios comercios han intentado aprovecharse de la crisis mundial al inflar precios y apalancarse en anuncios engañosos (Butler, 2020), poniendo a prueba el compromiso ético y la RSE debido a la tensión financiera a corto y largo plazo producto del brote, que podría empujar a buscar ganancias a corto plazo “rápidas” con base en fraudes y mala conducta, lo que implicaría disminuir la inversión en la RSE a largo plazo producto del apremio por la sobrevivencia (He y Harris, 2020).

La otra cara de la moneda, presenta aquellas empresas que durante la pandemia oferta una variedad de oportunidades para la práctica de la RSE, como lo son las empresas manufactureras de Reino Unido que producen e incluso han donado ventiladores, equipos de protección personal, desinfectantes para manos, etc., en el área de telecomunicaciones la empresa Vodafone proporcionó datos móviles gratuitos y planes de datos ilimitados para sus clientes vulnerables (BBC, 2020b; Fairshare.org.uk, 2020; Metro, 2020), PG tips y Re-Engage se asociaron para formar una organización benéfica que trate el aislamiento social y soledad de personas de la tercer edad, etc.

En este sentido, la pandemia ha permitido ver como factores institucionales y de liderazgos influyen las RSE, como ejemplo tenemos a Jack Ma, a través de la fundación Jack Ma y la fundación Alibaba, dotó de kits de prueba de coronavirus y otros suministros médicos a muchos países, Jack Dorsey, el fundador y jefe de Twitter se comprometió a donar mil millones de dólares, Bill Gates ha estado alentando diligentemente la cooperación global (BBC, 2020a, 2020c).

Discusión

En la región latinoamericana antes de la crisis del coronavirus el crecimiento regional es del 0,1% y durante la pandemia la región tendría un crecimiento negativo del -1,5% al -6,7% (CEPAL, 2020), en este contexto se puede distinguir como países funcionales a Uruguay, Chile, Costa Rica, Trinidad y Tobago y los de menor inclusión a Haití, Nicaragua, Honduras, Guatemala, Guyana y Bolivia. Revelando un declive en los precios y cuantía de las exportaciones de América Latina y el Caribe, descenso en el envío de remesas, interrupción en la cadena de producción y la desconfianza por parte de inversionistas que conlleva una baja en los flujos financieros (Martin-Fiorino y Reyes, 2020).

Asimismo, la compleja relación entre economía, RSE y ética da paso a la pregunta ¿Cómo invertir en RSE para lograr objetivos sociales, ambientales y económicos que guarden beneficios mutuos? (He y

Harris, 2020), para construir una respuesta debemos realizar un cambio de enfoque y visión, distinguiendo que cada empresa orienta sus prácticas en RSE de acuerdo a su misión y propósito.

Por lo tanto, una visión optimista ante la enfermedad por coronavirus COVID-19 acelera las prácticas en RSE a largo plazo al buscar un equilibrio entre rentabilidad y armonía con sus grupos de interés para garantizar su supervivencia y desarrollo a largo plazo, actuando bajo criterios de prudencia, honestidad, transparencia, justicia.

Conclusión

En este artículo hemos proporcionado algunas reflexiones iniciales sobre las implicaciones de la enfermedad por coronavirus en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sustentado por un compendio teórico. Distinguiendo a la práctica de RSE mediante el trabajo mancomunado entre lo económico, social y ambiental, faculta la generación de beneficios para las empresas u organizaciones y la sociedad, considerando para la toma de decisiones los aspectos económicos y financieros complementados con talentos culturales, naturales y ambientales.

Además, que, por la enfermedad del nuevo coronavirus, la caída del PIB del 5,3%, el desplome del precio del petróleo, las limitaciones en infraestructura sanitaria y financiera, en el 2020, los países de América latina y el Caribe afrontarán la peor crisis de toda la historia, donde, las soluciones nacionales no son viables por razones de economía de escala, tecnológicas y de aprendizaje.

Sin embargo, no todo está perdido, la pandemia por coronavirus oferta oportunidades y posibilita a las empresas un cambio de visión para participar activamente en diversas iniciativas de RSE durante la crisis sanitaria, potencializando el desarrollo de prácticas de RSE a largo plazo, aprovechando la obligatoriedad de la innovación sectorial, empresarial y organizacional.

Referencias

- BBC. (2020a, March 16). Alibaba's Ma donates coronavirus test kits to US. Retrieved August 30, 2020, from <https://www.bbc.com/news/business-51904379>
- BBC. (2020b, March 27). Coronavirus: Vodafone offers 30 days free mobile data - BBC News. Retrieved August 30, 2020, from <https://www.bbc.com/news/technology-52066048>
- BBC. (2020c, April 7). Coronavirus: Twitter boss pledges \$1bn for relief effort. Retrieved August 30, 2020, from <https://www.bbc.com/news/technology-52209690>

- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York, USA: Harper & Row.
- Butler, S. (2020). New UK taskforce to crack down on coronavirus profiteers. Retrieved August 30, 2020, from <https://www.theguardian.com/business/2020/mar/20/new-uk-taskforce-to-crack-down-on-coronavirus-profiteers>
- Carroll, A. B. (1979). *Academy of Management Review*. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- CEPAL. (2020). Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). México. Retrieved from www.cepal.org/apps
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., y Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, Bélgica: Comisión de las Comunidades Europeas (CCE).
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45–51.
- Drucker, P. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53–63.
- Duque, Y., Cardona, M., y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196–206.
- EKOS. (2012). Responsabilidad Social en Ecuador | Ekos Negocios. Retrieved February 8, 2020, from <https://www.ekosnegocios.com/articulo/responsabilidad-social-en-ecuador>
- Fairshare.org.uk. (2020, March 21). Co-op to donate food worth £1.5 million to FareShare to feed those at risk of hunger during Coronavirus crisis. Retrieved August 30, 2020, from <https://fareshare.org.uk/news-media/press-releases/co-op-to-donate-food-worth-1-5-million-to-fareshare-to-feed-those-at-risk-of-hunger-during-coronavirus-crisis/>

- Frederick, W. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54–61.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 1–6.
- He, H., y Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Ingenbleek, P. T. M., Meulenbergh, M. T. G., y Van Trijp, H. C. M. (2015). Buyer social responsibility: a general concept and its implications for marketing management. *Journal of Marketing Management*, 31(13–14), 1428–1448. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1058848>
- IRSE. (2020). IRSE | Instituto de Responsabilidad Social Empresarial. Retrieved February 4, 2020, from <http://www.irse-ec.org/>
- Khanagar, S. B., Al-Ehaideb, A., Vishwanathaiah, S., Maganur, P. C., Varadarajan, S., y Patil, S. (2020). Depression, Anxiety, and Psychological Distress among Healthcare Providers during the Outbreak of the Life-threatening Coronavirus Disease (COVID-19). *The Journal of Contemporary Dental Practice*, 21(5), 471–472. <https://doi.org/10.5005/jp-journals-10024-2836>
- Lario, N., y Peñalver, A. (2009). (PDF) Responsabilidad Social Empresarial de las Organizaciones de la Economía Social. Valoración de la misma en las empresas de la Región de Murcia. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 143–161. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/283362473_Responsabilidad_Social_Empresarial_de_las_Organizaciones_de_la_Economia_Social_Valoracion_de_la_misma_en_las_empresas_de_la_Region_de_Murcia
- Maignan, I. (2001). Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison. *Journal of Business Ethics*, 30(1), 57–72. <https://doi.org/10.1023/A:1006433928640>
- Malamud, C., y Nuñez, R. (2020). El COVID-19 en América Latina: desafíos políticos, retos para los sistemas sanitarios e incertidumbre económica - Elcano. Madrid, España. Retrieved from http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari27-2020-malamud-nunez-covid-19-en-america-latina-desafios-politicos-retos-sistemas-sanitarios-e-incertidumbre-economica

- Martin-Fiorino, V., y Reyes, G. E. (2020). Desafíos y nuevos escenarios gerenciales como parte de la herencia del covid-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 710–722. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.32413>
- McGuire, J. (1963). *Business and society*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Metro. (2020). Aldi donates Easter eggs to food banks and local charities. Retrieved August 30, 2020, from <https://metro.co.uk/2020/04/04/aldi-donates-easter-eggs-food-banks-local-charities-12507475/>
- Mohammad, J. (2020). Impacto de COVID 19 en las estrategias y acciones de marketing. Sharjah. Retrieved from <https://www.skylineuniversity.ac.ae/knowledge-update/retail-and-marketing/impact-of-covid-19-on-marketing-strategies-and-actions>
- Mohr, L. A., Webb, D. J., y Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- Organización Internacional de Normalización. (2010). ISO INTERNACIONAL 26000 Traducción oficial Official translation Traduction officielle. Retrieved from www.iso.org
- Perera, C. R., y Hewege, C. (2016). Elderly consumers' sensitivity to corporate social performance. *Social Responsibility Journal*, 12(4), 786–805. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2016-0039>
- Rivadeneira, P. (2014). Responsabilidad, “diagnóstico y propuesta de un programa de humanos, social como estrategia en la gestión de recursos de la empresa tuperware del ecuador, en la ciudad quito, en el período 2014-2015.” Pontificia universidad católica del Ecuador. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). Plan Nacional para el Buen vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. Quito, Ecuador. Retrieved from <http://plan.senplades.gov.ec>
- Villacís, C., Suarez, Y., y Guillin, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Publicando*, 3(8), 452–466.
- Zaichkowsky, J. L. (1991). Consumer behavior: Yesterday, today, and tomorrow. *Business Horizons*, 34(3), 51–58. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90094-C](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90094-C)

Contribución de los autores

MRQB: Conceptualización, investigación, metodología, redacción: revisión y edición.

MJPA: Conceptualización, investigación, metodología, redacción: borrador original.

SXVM: Conceptualización, investigación, metodología, redacción: borrador original.

Fuentes de financiamiento

Autofinanciado.

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Correspondencia

mrquevedob@ucacue.edu