

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**"LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA NACIONAL DEDICADA A LA SALUD AGROPECUARIA."**

TESIS DE GRADO

KARLA BELINDA RAMOS PAIZ

CARNET 12002-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

"LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA NACIONAL DEDICADA A LA SALUD AGROPECUARIA."

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
KARLA BELINDA RAMOS PAIZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: DR. CARLOS RAFAEL CABARRÚS PELLECCER, S. J.
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MARIE ALBERTINA CHAMO GÓMEZ DE LEMUS

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. MANUEL DE JESUS ARIAS GUZMAN

Guatemala, 25 de noviembre de 2014

Señores
Consejo Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Estimados Señores de Consejo:

Por este medio me permito someter a su consideración el trabajo de tesis de la estudiante **Karla Belinda Ramos Paiz**, carnet número **1200210** de la carrera de Licenciatura en Psicología Industrial / Organizacional, cuyo título es: **"LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA NACIONAL DEDICADA A LA SALUD AGROPECUARIA"** he revisado el trabajo de investigación y considero que llena satisfactoriamente los requisitos establecidos por la Facultad.

En espera de una resolución favorable,

Cordialmente,



M.A. Marie Chamo de Lemus
Asesor



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 05638-2014

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante KARLA BELINDA RAMOS PAIZ, Carnet 12002-10 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05875-2014 de fecha 3 de diciembre de 2014, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA NACIONAL DEDICADA A LA SALUD AGROPECUARIA."

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 5 días del mes de diciembre del año 2014.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

Agradecimientos

A la Universidad Rafael Landívar

A la facultad de Humanidades donde adquirí todas las herramientas que ayudaran a ser una profesional de éxito.

A la Licda. Marie Albertina Chamo de Lemus

Por su valiosa colaboración y apoyo en la asesoría y elaboración de mi trabajo de tesis.

A mis catedráticos

Por compartir sus conocimientos y experiencia profesional e inculcarme todo lo necesario para llegar a ser exitosa.

A los Licenciados

Manuel Arias, Mario Rodriguez y Beatriz Peña por su apoyo, consejos y cariño, Gracias.

A la empresa en donde realice mi trabajo de campo

Gracias por abrirme las puertas y apoyarme en este paso importante.

Dedicatoria

A Dios:

Por darme la vida, por guiarme en el camino de la enseñanza y sabiduría y sobre todo por acompañarme en cada paso de mi vida.

A mis padres:

Karla y Hugo, gracias por ser mis pilares, mis ejemplos, mis guías y sobre todo mi apoyo incondicional, fueron y seguirán siendo mi mayor inspiración de superación.

A mi hermano:

André, por ser mi incondicional amigo y apoyarme en todo momento.

A mi linda familia:

A mis abuelitos, mis tíos, tías y primos por siempre creer en mí.

A mi novio:

Por apoyarme y darme ánimos en todo momento por no soltar mi mano y comprenderme

A mis amigos:

Con quienes comparto momentos inolvidables que permanecerán en mí, en especial a Luisa Valdez por ser una amiga incondicional y que su apoyo y ayuda fue vital para mi carrera profesional.

Índice

I. Introducción	1
II. Planteamiento del Problema	33
2.1 Objetivos.....	38
2.1.1 Objetivo General.....	38
2.1.2. Objetivos Específicos	38
2.2 Variables.....	38
2.3 Definición de las variables	35
2.3.1 Definición conceptual de las variables	35
2.3.2 Definición operacional de las variables.....	35
2.4 Alcances y Límites	36
2.5 Aporte	36
III. Método.....	37
3.1 Sujetos	37
3.2 Instrumentos	38
3.3 Procedimiento.....	40

3.4 Tipo de Investigación, diseño y metodología estadística	41
IV. Análisis de Resultados.....	46
V. Discusión de Resultados.....	50
VI. Conclusiones.....	54
VII. Recomendaciones.....	56
VIII. Referencias Bibliográficas.....	53

ANEXOS

Resumen

La presente investigación es de tipo cuantitativa de diseño no experimental y tiene como objetivo principal conocer la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial en una empresa nacional dedicada a la salud agropecuaria. La población estuvo constituida por hombres y mujeres entre 20 y 60 años de una empresa cuya principal actividad es la formulación y distribución de productos para la salud vegetal, dicha selección se obtendrá del método no probabilístico por cuotas. Para llevar a cabo la investigación se elaboró un cuestionario realizado a través de la escala de Likert y el cual está compuesto por preguntas cerradas. El cuestionario buscaba medir la percepción de cultura organizacional y la percepción de responsabilidad social empresarial que poseen los colaboradores, el cuestionario cuenta con 26 reactivos que miden los siguientes indicadores en cultura organizacional: valores, comunicación e identidad con la empresa y los siguientes indicadores en responsabilidad social empresarial: valores y ética empresarial, rol en la comunidad, rol en el medio ambiente y capital humano.

Se concluyó que la percepción de cultura organizacional se encuentra a nivel alto en cuanto a su compromiso con la misión, visión, valores, la comunicación y la identidad con la empresa y cualquier plan en el cual lo involucre la organización. En lo relacionado con la percepción de Responsabilidad Social Empresarial los resultados reflejan que los colaboradores poseen una percepción media de la RSE en lo relacionado con los valores, la ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y el capital humano, por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de responsabilidad social empresarial y/o campaña de divulgación sobre el mismo y se recomendó diseñar un manual y una campaña de divulgación para dar a conocer con mayor profundidad el tema y su aplicación sea uniforme y con ella se logre alcanzar una mayor percepción y beneficios del tema.

I. Introducción

La cultura organizacional es hoy en día un elemento importante dentro de las estrategias de las empresas, ya que propicia la participación de los miembros, los identifica y los compromete con ésta. La responsabilidad social empresarial más que una moda se ha convertido en una necesidad que se ha ido convirtiendo en una práctica necesaria e indispensable y en muchas ocasiones se ha convertido en una obligación para las organizaciones por la competitividad que esta significa con otras empresas, en muchas empresas esta práctica es poco común debido a la falta de cultura sobre el tema. Sin embargo ha llegado a tomar mucho auge en los últimos años.

La responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional son dos factores, si bien uno más nuevo que el otro, que se han vuelto estrategias para las empresas ya que ambos ayudan con el mejoramiento de las condiciones sociales, económicas, éticas y ambientales tanto de la comunidad como de la misma empresa, provocando un ambiente laboral más relajado y unido, muchas de las organizaciones lo hacen por la reputación de la marca, por la competitividad que van a lograr, sin embargo muchas otras lo realizan por el verdadero placer de ayudar y devolver un poco de lo que producen.

La distintas organizaciones por muy pequeñas que sean deben establecer su programa de responsabilidad social empresarial por iniciativa propia, pensando en el bien de la comunidad y por su puesto el de las personas dicho programa debe ser inculcado a los empleados por medio

de la cultura organizacional pero no como una obligación o imposición de la empresa sino como un deber ético comprometiéndose con la sociedad y el medio ambiente.

En la presente investigación se pretende conocer la percepción de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en una empresa nacional dedicada a la salud agropecuaria con el fin de establecer esta percepción se describen a continuación investigaciones tanto a nivel nacional como internacional sobre las variables de estudio.

Para comenzar, se presentan investigaciones realizadas en Guatemala referentes a Cultura organizacional y Responsabilidad Social Empresarial:

Según CentraRSE (2006) en su estudio sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad en Guatemala tuvo como objetivo cuantificar la importancia que le asignan los guatemaltecos a la responsabilidad social empresarial, a la competitividad y su efecto en el desarrollo nacional, la encuesta fue realizada a 1050 empresarios guatemaltecos hombre y mujeres, la participación fue de carácter personal y no representativo de la empresa, como resultados se obtuvo que la mayoría de personas que respondieron consideran al RSE como un factor de importancia para competitividad de las empresas del futuro, particularmente las empresas deben enfocarse en los colaboradores, condiciones de trabajo, seguridad, salud y capacitación así como en la medición de RSE y la comunicación son elementos claves para la mejora continua.

Por otro lado Mendoza (2008) realizó una investigación con el objetivo de determinar los factores de la cultura organizacional que predominan en una empresa familiar dedicada al acabado de interiores en la construcción. Para el estudio se tomó como muestra 70 sujetos, de

ambos géneros, y de diferentes puestos jerárquicos, en edades entre 20 a 58 años. La investigación fue de tipo descriptivo y se aplicó un instrumento basado en la escala de Likert para la medición de factores predominantes en la cultura organizacional, que consta de 36 reactivos. Se concluyó que los factores predominantes dentro de la cultura de la empresa son: la comunicación, los valores y la confianza; exponiendo que algunas veces los canales de comunicación afectan no solo el desempeño laboral sino también los valores ligados con la ideología, ya que no todos comparten los mismos sentimientos. En dicho estudio, la investigadora recomendó implementar una campaña para dar a conocer a los colaboradores en general, todos los valores e ideologías fundamentales de la empresa, así como implementar y dar seguimiento al plan de mejora propuesto.

Alvarado (2008) realizó un estudio sobre la ética como herramienta para mejorar la cultura organizacional en instituciones de servicios hospitalarios de la ciudad de Quetzaltenango, en donde el objetivo era determinar si la ética mejora la cultura organizacional en las instituciones de servicios hospitalarios, el instrumento que se utilizó para investigar las variables fue un boletín de opinión con preguntas de selección múltiple y mixtas y se les paso a los 20 empleados del centro hospitalario, el tipo de investigación fue experimental y se determinó que la ética si mejora la cultura organizacional en las instituciones de servicios hospitalarios ya que las normas morales de las personas aplican en la toma de decisiones y se recomendó implementar un manual de ética y brindar capacitación tanto a los empleados que ya laboran en la empresa como a los nuevos sobre todo lo relacionado a la cultura organizacional.

Mendoza(2009) en su estudio sobre la responsabilidad social empresarial aplicada a las gasolineras de la cabecera departamental de Huehuetenango realizó una investigación descriptiva

con el objetivo de identificar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en las gasolineras de la cabecera departamental de Huehuetenango en donde se evaluó a 84 sujetos (administrativos y personal de servicio) pertenecientes a las diferentes gasolineras y para recolectar la información se les pasó una encuesta con preguntas abiertas y selección múltiple, además de tener una entrevista con cada propietario de las gasolineras y por último se complementó la información con una observación en el área de investigación, los resultados indicaron que la responsabilidad social empresarial se aplica de forma inapropiada ya que no se aprovechan todos los beneficios de la misma debido a la mala concepción del término y a que la aplicación se limita en ayudas comunitarias y se recomendó elaborar planes y herramientas para la ejecución de la responsabilidad social empresarial mediante capacitaciones.

Por otro lado Ubico (2011) en su tesis sobre la percepción por parte del personal con respecto a rasgos de cultura organizacional en un centro de diagnóstico médico de la ciudad de Guatemala cuyo objetivo era establecer la percepción del personal con respecto a rasgos de la cultura organizacional para conocer esta percepción se realizó un cuestionario con 29 reactivos, realizado por la autora de la tesis y se aplicó a una muestra de 54 colaboradores de todos los niveles jerárquicos. La investigación de tipo descriptivo concluyó que más de la mitad del personal tiene idea sobre la cultura organizacional, sin embargo no cuentan con programas de capacitación para los trabajadores y existe buena comunicación con los jefes de área y se recomendó estructurar programas de capacitación e inducción, dar a conocer la estructura organizacional actual y crear un programa de gestión del cambio por medio de reuniones y pláticas informativas.

Lara (2011) realizó un estudio descriptivo sobre la evaluación del impacto social de la implementación de las prácticas de la responsabilidad social empresarial en el sector melonero de Guatemala, cuyo objetivo era generar información sobre la repercusión que representa adoptar una responsabilidad social empresarial para conocer esta repercusión se realizó un cuestionario con respuestas múltiples este cuestionario sería completado por trabajadores de campo, operarios de empaque, procesos y personal administrativo el cual tenía como objetivo conocer la relaciones de la calidad de vida laboral, a los gerentes y representantes de las empresas se les entregó dos cuestionarios creados por la empresa Centrarse en la cual se les evaluó los puntos de calidad de vida laboral y compromiso con la comunidad y se concluyó que la responsabilidad social empresarial es fundamental para el sector melonero y su desarrollo. Los aspectos de calidad de vida laboral y compromiso con la comunidad son importantes para optimizar recursos y mejorar las actividades de producción, exportación, administración, entre otros. La calidad de vida laboral en el sector melonero es aceptable, en lo que tienen que trabajar en ciertos puntos deficientes tales como diálogo y participación del colaborador y el trato justo e igualdad a los mismos y el compromiso con la comunidad en el sector melonero se ve seriamente afectado por la falta de responsabilidad social empresarial, ya que no apoyan el desarrollo de la comunidad y se recomendó para las empresas meloneras ser líder social entre un su comunidad, realizar actividades que le permitan guiar al desarrollo y ser un ente de apoyo para salir adelante como región.

Cancinos (2013) en una investigación realizada en Guatemala sobre la efectividad de un programa de responsabilidad social empresarial en la formación de hábitos de cuidado ambiental en colaboradores de una empresa de servicios marítimos, cuyo objetivo era establecer

si existe diferencia estadísticamente significativa a nivel 0.05 en los hábitos de cuidado ambiental luego de impartir un programa sobre responsabilidad social empresarial, a un grupo de colaboradores del área de operaciones de una empresa dedicada a los servicios marítimos para recolectar la información se utilizó un cuestionario tipo likert que constaba de 30 ítems, la investigación es de tipo cuasi-experimental y dentro de la misma se concluyó que si existe diferencia estadísticamente significativa a nivel 0.05, en los hábitos de cuidado ambiental de los sujetos del estudio luego de implementar un programa de responsabilidad social empresarial y se recomendó implementar un programa de responsabilidad social empresarial permanente, orientado al cuidado ambiental.

Por otra parte Arriaza (2013) expone sobre los beneficios y limitaciones percibidos por la gerencia de una organización deportiva en Guatemala al aplicar una serie de programas de responsabilidad social empresarial la cual fue de tipo cualitativa, tuvo como objetivo conocer los beneficios y limitaciones percibidos por parte de la gerencia de una organización deportiva en Guatemala, respecto a la aplicación de una serie de programas de responsabilidad social empresarial, el estudio fue realizado por un grupo de ocho sujetos que tenían un puesto directivo en una organización deportiva. El instrumento que se utilizó para obtener los resultados fue una entrevista semi estructurada elaborada por el investigador, la cual fue aplicada de forma individual. El instrumento fue conformado por una serie de veintiún preguntas guías abiertas, que abarcaron una serie de indicadores a evaluar. Los resultados demostraron que hay beneficios significativos para la organización y sus colaboradores al momento de aplicar programas de responsabilidad social empresarial, A partir de los resultados, se concluye que los beneficios percibidos dentro de una organización deportiva, al aplicar una serie de programas de

responsabilidad social empresarial, son que hay una mejor exposición e imagen a la vista pública que lleva a un reconocimiento social significativo para la empresa, al igual que fomenta una mayor conciencia social a todo nivel.

Juárez (2013) cuyo objetivo del estudio general consistió en establecer la forma en que las empresas lotificadoras del área urbana de la ciudad de Mazatenango, aplican la responsabilidad social empresarial en el área urbana, la cual fue de tipo descriptivo, los sujetos fueron gerentes/propietarios y colaboradores de las empresas lotificadoras y otros sujetos fueron autoridades del Ministerio de medio ambiente y recursos naturales(MARN) y de la municipalidad, se utilizaron dos tipos de instrumento que fueron entrevistas a base de cuestionarios con preguntas abiertas y boletas de observación y como conclusión se obtuvo que las empresas lotificadoras no aplican la RSE y no se tiene un concepto definido del tema pero consideran que sí debe incluirse en la administración.

Joaquín (2013) realizó un estudio sobre prácticas de responsabilidad social empresarial en los talleres de mecánica ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, el cual fue de tipo descriptivo y la información se recopiló utilizando un cuestionario con preguntas abiertas y de opción múltiple dirigidas a los gerentes y colaboradores de los talleres de la cabecera municipal, cuyo objetivo era establecer cómo aplican la responsabilidad social empresarial los talleres de mecánica ubicados en la cabecera Municipal de Jutiapa y los resultados que se obtuvieron fue que en la mayoría de los talleres de mecánica, no practican la responsabilidad social empresarial y a pesar de este resultado consideran importante la opinión que tienen los clientes sobre la empresa.

Caravantes (2014) muestra un estudio sobre prácticas de responsabilidad social empresarial en litografías agremiadas a la cámara de industria de Guatemala cuyo tipo de investigación fue de tipo descriptivo, el cual tenía como objetivo general determinar las prácticas de responsabilidad social empresarial que han implementado las empresas litográficas agremiadas a la Cámara de Industria Guatemalteca, los sujetos del estudio estuvieron conformados por 5 propietarios de las empresas ,72 colaboradores, 22 clientes y 15 proveedores y el instrumento utilizado fueron cuestionarios para los diferentes sujetos, como conclusión se pudo identificar que algunos sujetos de estudio cuentan con prácticas de responsabilidad social empresarial, en cada uno de los ejes evaluados.

Se ha realizado estudios internacionales sobre cultura organizacional y responsabilidad social empresarial los cuales serán presentados a continuación:

Un estudio realizado por Integralia S. Coop. And. De Interés Social (2007) en España, se inició con un doble objetivo: la sensibilización de los/as responsables de las empresas de economía social en materia de responsabilidad social empresarial y la difusión del concepto como herramienta de gestión para el compromiso social y la competitividad de las empresas. Dado el carácter del estudio, las conclusiones que se exponen han sido recogidas fundamentalmente con técnicas cualitativas de investigación; también en las las reuniones grupales configuradas, no se desarrolló únicamente este sistema de recogida de información, sino también un cuestionario sobre prácticas de RSE, administrado en dos momentos del estudio, que han aportado información cuantitativa que ha servido para complementar la información cualitativa recogida. Se dispone de una muestra de 75 sociedades. Las conclusiones del estudio fueron las siguientes: La RSE “silenciosa”, la empresa de economía social importante

contribución al desarrollo local, responsabilidad social/empresa de economía social, la toma de decisión democrática, la identificación territorial, como motor de dinamización y desarrollo local basada en políticas medioambientales y de sostenibilidad, la generación de empleo sostenible y de calidad, la identificación del trabajador/a con la empresa, la integración y cohesión social, la necesidad de certificación específica y el debate público para la regulación y como recomendación la elaboración de una guía de implementación de RSE.

Por otro lado Carrasco y Uceida (s /f), en España expusieron un estudio sobre la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño financiero en donde se mostró que parten de una hipótesis alineada con la literatura para investigar la relación en contexto de la Unión Europea, analizando la influencia mediadora de variables propias de cada compañía, como los intangibles y la comunicación sobre RSE, y de la coyuntura económica, como variable del entorno. La muestra que se utilizó para el estudio está compuesta por 396 empresas pertenecientes a países de la Unión Europea, es un estudio de tipo transversal en donde los resultados consolidan la hipótesis de la relación positiva, e indican que ésta se puede dar de forma directa o producirse mediante la intervención de otras variables, en función de la coyuntura económica. Por lo tanto, la RSE se consolida como fuente de ventaja competitiva y herramienta de protección en momentos de crisis, que dota de mayor estabilidad financiera a las compañías que la incorporan en el núcleo de su estrategia de negocio.

Gálvez y García (2011) en Colombia hicieron un estudio sobre la cultura organización y rendimiento de las mipymes de mediana y alta tecnología: fue un estudio empírico en Cali, Colombia con el objetivo de verificar empíricamente la relación existente entre la cultura organizacional de la empresa y su rendimiento. Para ello se realizó un estudio con 60 Mipyme de

mediana y alta tecnología de Cali, Colombia. Las empresas de este estudio fueron pertenecientes a los sectores de software, ingeniería eléctrica, artes gráficas y plásticos, las empresas se seleccionaron de manera aleatoria. Los resultados muestran que las culturas de tipo clan y las de tipo innovación tienen un impacto positivo sobre el rendimiento de las empresas, mientras que la de tipo jerárquico de manera negativa. Los resultados refuerzan la teoría de que la cultura organizacional es determinante para el logro de la competitividad de las empresas, son de gran utilidad para los propios empresarios y para las entidades que promueven su conocimiento y desarrollo, incluyendo las organizaciones de fomento y la academia.

Según López, Contreras y Molina (2011) en su investigación sobre la responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario se analizaron, con enfoque institucionalista, las motivaciones, prácticas y ventajas de 23 empresas del sector alimentario del estado de Guanajuato, México en responsabilidad social empresarial, en donde se utilizó un instrumento denominado EIEBAC 2009, a través de cartas personalizadas y llamadas telefónicas se contactaron más de 250 empresas de las cuales se obtuvo una tasa de respuesta del 72%, durante 5 meses se hizo el levantamiento de encuestas a empresas del estado de Guanajuato, después de validar las encuestas se ajustó la muestra a 133 empresas. Los resultados mostraron que las empresas que la practican son aquellas que han logrado permanecer más años en el mercado y que cuentan con el apoyo de factores institucionales, además de factores internos propios de sus organizaciones. Según los autores, faltan análisis comparativos de la RSE en distintas industrias, regiones y países, así como evaluar los estándares internacionales vigentes y las opciones de promover RSE en países subdesarrollados.

Ferre, Melgar, Pastori, Piani y Rossi (2011) plantearon estudio sobre la responsabilidad social empresarial en Uruguay: una visión comparada desde la ciudadanía y de las empresas cuyo objetivo fue describir el comportamiento de las empresas uruguayas y la opinión de los ciudadanos sobre las responsabilidad social empresarial, para la muestra se utilizaron los datos de las encuestas aplicadas a la opinión pública y las empresas sobre responsabilidad social empresarial, se realizó mediante un análisis descriptivo comparado de los principales resultados de dichas encuestas y el análisis de los datos muestra un cierto grado de conocimiento de la población sobre el tema y que existe cierto balance entre las acciones empresariales en responsabilidad social empresarial y la valoración de la opinión pública de aquellas consideradas importantes.

Máynez, Cavazos y Nuño (2012) en su estudio sobre la influencia de la cultura organizacional y la capacidad de absorción sobre la transferencia de conocimiento tácito intra-organizacional realizado en Colombia. Se analizó la influencia de la capacidad de absorción y la cultura organizacional cómo factores requeridos para que la transferencia de conocimiento sea exitosa y eficiente. La investigación fue de naturaleza cuantitativa, empírica y de sección transversal. La información se examinó, en una primera etapa, a través de un análisis factorial confirmatorio (AFC), y posteriormente mediante un sistema de ecuaciones estructurales basado en covarianzas (CBSEM). El estudio se realizó con empresas participantes en las industrias automotriz, cementera, médica, electrónica y de telecomunicaciones ubicadas en las ciudades de Juárez y Chihuahua, la muestra fue de tipo no probabilística. Los resultados indicaron que ambas variables inciden positiva y significativamente sobre la transferencia de conocimiento intra-

organizacional, y que en el caso de la cultura, existe una influencia directa y otra indirecta, mediada por la capacidad de absorción.

Peña y Serra (2012) en su investigación sobre la responsabilidad social empresarial en el sector turístico cuyo objetivo fue de aportar al análisis, discusión y construcción de modelos epistémico-prácticos de RSE en Turismo, se llevó a cabo una investigación aplicada a una empresa del sector hotelero de la ciudad de Santa Marta, Colombia, el estudio se realizó mediante un estudio de caso y la muestra obtuvo como resultados un diagnóstico empresarial y una propuesta de mejoramiento en materia de RSE para el establecimiento hotelero y se concluye que la empresa del estudio, se encuentra más cerca de la pro actividad que de la reactividad legal, ya que comienza a llevar a cabo prácticas de responsabilidad social.

Nielsen Holdings (2013) realizó un estudio global sobre responsabilidad social corporativa que se realizó entre el 17 de Febrero y el 8 de Marzo, a más de 29.000 usuarios de internet en 58 países de Asia Pacífico, Europa, Latinoamérica, Medio Oriente/África y Norteamérica. La muestra tuvo cuotas por edad y género para cada país en base a su penetración de internet, se pondera para representar a los usuarios de Internet y tiene un margen máximo de error de $\pm 0.6\%$. Este estudio se basó solo en el comportamiento de los consumidores con acceso a Internet. Las tasas de penetración de internet varían según el país. Nielsen utiliza un estándar mínimo de reporte de 60% de penetración de internet o 10 millones de población online para incluir en el estudio el cual incluye el índice de confianza del consumidor. El 50% de los consumidores de todo el mundo están dispuestos a pagar más por productos y servicios de compañías implicadas en programas de responsabilidad social corporativa, lo que supone un incremento de cinco puntos más que en el año 2011, el interés de los consumidores por la

responsabilidad social de las empresas ha aumentado en el 74% de los países analizados, un dato significativo que denota la importancia de que las empresas realicen programas adecuados y comprometidos con la sociedad.

Sepúlveda, Quintero, Lizcano y Díaz (2013) expusieron un estudio sobre el perfil de responsabilidad social empresarial del sector de calzado en la ciudad de Bucaramanga, Colombia este trabajo busca el desarrollo de un perfil de responsabilidad social empresarial (RSE) a partir del análisis de las acciones relacionadas con la práctica de gestión y operaciones de las pequeñas empresas del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. Los resultados fueron obtenidos mediante un proceso de muestreo estadístico aleatorio a una muestra de 56 empresas del sector, sobre las cuales se midieron un total de 72 variables en 6 perfiles de interés de las acciones. Los resultados permitieron establecer las principales fortalezas que fueron los empleados, la comunidad, clientes y proveedores, así como los elementos necesarios para la implementación de este modelo de gestión.

Por otra parte Chan y Escalante (2014) hablaron sobre una orientación hacia la responsabilidad social empresarial de los estudiantes latinoamericanos de escuelas de negocios realizados en Colombia, cuyo objetivo principal de estudio fue validar el instrumento de medición desarrollado por López- Paláu y Rivera Cruz en Latinoamérica. Dicho estudio encontró que el razonamiento bioético puede aportar en el entendimiento y solución de muchos conflictos éticos en el ámbito de los negocios. La relación entre la responsabilidad social empresarial y el razonamiento bioético se examinó con base en modelos conceptuales. El estudio desarrolló una escala cuantitativa confiable para ambos constructos partiendo de una muestra de estudiantes puertorriqueños de 536, la cual necesita ser examinada en otros contextos para verificar su

validez y utilidad en el ámbito internacional. Los resultados que se obtuvieron determinaron los principales principios bioéticos e identificaron las características que deben tener las empresas para ser consideradas exitosas, socialmente responsables y el efecto de los principios bioéticos para lograrlo.

Los estudios anteriormente presentados fueron de vital importancia para el desarrollo de esta investigación ya que mostraron una amplia información sobre el tema que se por investigó y ayudaron a cumplir con los objetivos de la misma.

A continuación se presenta investigaciones realizadas por diferentes autores con la finalidad de ampliar los temas de investigación.

Cultura Organizacional

Según Ríos (1999) la cultura organizacional son las actitudes, creencias y valores tanto personales como culturales de una empresa, también son las normas, hábitos y valores que comparten los colaboradores de la organización. Una norma en una empresa supone ser todo lo que está escrito y aprobado y es lo que rige a una organización y esta debe ser detallada. Los hábitos es lo que no está escrito pero que puede ser aceptado como una norma en la organización y un valor es una característica única que posee cada colaborador que conforma la empresa. Ríos recalca sobre la importancia de tener una cultura organizacional ya que permite conocer los problemas que se estén dando, se permite integrar al personal con los objetivos generales de la organización, se puede formar grupo de trabajo y buscar las necesidades del colaborador para así satisfacerlas y que estos se sientan motivados.

Fleury (como se citó en Perez, Naranjo y Roque,2009) para definir cultura organizacional como “un conjunto de valores y supuestos básicos expresados en elementos simbólicos, que en su capacidad de ordenar, atribuir significados, construir la identidad organizacional, tanto actúan como elemento de comunicación y consenso, como ocultan e instrumentalizan las relaciones de dominio”.

Elementos básicos de la cultura organizacional

Dentro de la cultura organizacional se pueden considerar varios elementos importantes que según Gross (2008) son los siguientes:

- La iniciativa de cada colaborador en donde incluye su responsabilidad y la libertad que tenga cada uno.
- La tolerancia al riesgo es cuando el empleado tiene iniciativa y estén dispuesto a asumir riesgos.
- Control es el número de reglas y la supervisión que se necesita para manejar a los empleados
- Identidad e integración es como los colaboradores se identifican con la empresa y no solo con su grupo de trabajo.
- Sistema de incentivos son los criterios que se manejan según el rendimiento del empleado.
- Tolerancia al conflicto es como los empleados manejan los conflictos de forma abierta.
- Modelo de comunicación es la comunicación entre jerarquías.

Categorías de sistemas culturales

Es posible reconocer distintas categorías de sistemas culturales dice el Documento de Cátedra (2007) los cuales son:

- Fuertes o débiles esto es según la intensidad de los rasgos culturales, la conducta de los colaboradores, entre más tengan estos rasgos más firmes tendrán la cultura y la podrán transmitir a otros colaboradores e incluso a otros colaboradores de otra organización.
- Concentradas o fragmentadas este es el grado de autodeterminación de la cultura quiere decir si la cultura se encuentra concentrada en todos o solamente en un grupo de colaboradores.
- Tendientes al cierre o a la apertura esta se puede mostrar según los cambios que se van dando en el entorno.

Tipos de cultura organizacional

No solamente se han identificado los distintos tipos de cultura dice Luna y Pezo (2005) sino que también se han destacado a las empresas según el modelo, dicen que es necesario saber qué tipo de cultura se está desarrollando en la empresa para así poder hacer cambios de ser necesarios, los tipo de cultura son las siguientes:

- Cultura rutinaria: esta se caracteriza porque las decisiones se toman a nivel directivo ya que no poseen objetivos claros y simplemente trabajan en el día a día olvidándose de todo lo demás en este tipo existe mucha centralización, la organización se dedica a las tareas de la rutina , decisiones operativas pero casi nunca planean, lo mando

altos trabajan bajo presión siempre están ocupados y con mucha sobrecarga de trabajo, resuelven lo rápido y dejan para después lo más importante pero que no urge.

- Cultura burocrática: este tipo de empresas son las que crecen en grandes proporciones pero al aumentar su crecimiento también aumentan las normas, procedimientos, rutinas lo que obstaculiza la creatividad aquí se tiende a buscar siempre los mismos resultados y se centran en las fallas de los colaboradores.
- Cultura soñadora : aquí la empresa consideran que para conseguir oportunidad y no desaprovecharlas es necesario modificar la disponibilidad y voluntad de los empleados, tratan de romper la rutina con el deseo de mejorar sin cambiar las estructuras internas y confunden la creatividad con una ilusión por cambiar pero no cambian las medidas organizacionales para hacer esto posible.
- Cultura flexible, innovadora, con valores compartidos: aquí todos los colaboradores de la organización se sienten parte del equipo, asumen riesgos y están dispuestos a dar lo mejor de sí mismos para sacar adelante a la empresa, todos buscan oportunidades y las aprovechan y la empresa los ayuda brindándoles la tecnología que se los permita y los altos mandos buscan crear un clima de confianza y lo más importante de tolerancia al error pues es una fuente de conocimiento.

La cultura en la empresa

La organización debe ser un lugar donde el colaborador encuentre un lugar que le promueva la responsabilidad, la creatividad y la innovación como parte de su dinámica diaria, Luna y Pezo (2005) en su libro nos dicen también que un ambiente de tolerancia va a alentar al colaborador a realizar cosas nuevas incluso aprendiendo de los errores que cometa, la

cultura influye mucho en la motivación y la motivación en el desempeño y esto llevara al trabajador a lograr su satisfacción laboral. El clima cultural es una forma de vida que es posible a través de los comportamientos organizacionales.

Importancia de la cultura organizacional

Según Rodriguez y Tovar (2004) refieren que la cultura organizacional es de vital importancia porque esta influye de gran manera en como el colaborador se va a desarrollar en su área de trabajo, porque modificar el comportamiento del empleado puede llegar a ser un proceso largo y complicado y creen que es más fácil modificar los valores que comparten todos. La cultura organizacional debe de convertir en una fortaleza para así poder llegar a cumplir los objetivos porque si la cultura organizacional no se fortalece puede llegar a ser un impedimento para la innovación y el progreso de la organización.

La cultura organizacional debe crear un vínculo entre los colaboradores y la empresa, la empresa debe distinguirse de otras empresas y no necesariamente por el producto sino por su cultura organizacional, también con una cultura bien definida e inculcada es esto será una herramienta para poder facilitar el cumplimiento de la visión y de los objetivos de la empresa, con esto se definen también los límites y las normas de comportamiento ya que un empleado identificado no realizará acciones inapropiadas por lo que las actitudes serán moldeadas y los colaboradores reflejaran la imagen de la empresa .

La cultura contribuirá a que sus colaboradores puedan convivir en su entorno social de una manera satisfactoria debido a la aceptación y al sentido de pertenencia al saber que pueden ascender a otros puestos.

Por otra parte la cultura organizacional es la base para la realizar estrategias de la empresa ya que para que se lleven a cabo estas estrategias se necesita de los colaboradores son ellos los que cumplirán con los objetivos es por eso que debe de haber coherencia entre la estrategia y la cultura ya que como expone Rodriguez y Tovar (2004) la estructura es la siguiente:

Creencias, valores, normas y filosofía → formulación de la estrategia → estructura → creencias y conductas de las personas relevantes a nivel organizativo → desempeño organizacional.

Cultura organizacional orientada al cliente interno

La seguridad es una necesidad humana según Jiménez (2013) , ya que los ambientes de incertidumbre son un verdadero reto para las personas; en una empresa el empleado tiende a aferrarse a lo seguro y cuesta responder a nuevas exigencias que van surgiendo y cuando tratan de cumplirlas se utilizan los mismo métodos del pasado que muchas veces no funcionan con las nuevas exigencias muchos gerentes se pasan la vida exigiéndoles a los empleados calidad para que el cliente externo este satisfecho, sin embargo se olvidan de darle la atención necesaria al cliente interno. En la empresa se tiende a dar respuesta automáticas, sin pensar más allá, lo que provoca la alta rotación, los accidentes laborales, la falta de innovación por parte de los empleados, la falta de motivación y por supuesto poco sentido de pertenencia.

Valorar al cliente interno ayuda a diseñar acciones más sensatas sobre el futuro de la empresa, permite planificar estratégicamente y formular planes de trabajo acertados para así en

conjunto lograr cumplir con la visión de la organización y es de recordar que es difícil tratar bien a un cliente externo si primero no se trata bien al cliente interno.

Una cultura organizacional orientada al cliente interno va implicar una actitud positiva por parte del colaborador ya que los empleados necesitan claridad y conciencia sobre su desempeño, necesitan saber que su trabajo es reconocido y que está siendo de beneficio para la organización y así lograrán que el empleado sienta pasión por su trabajo.

Cultura y comunicación organizacional

Es necesario que existan elementos en común entre las personas para tener un encuentro comunicativo explica Sánchez (2011), quienes se comunican deben por lo menos tener un mínimo de experiencia en común y compartir significados. Para que una empresa se pueda comunicar deben compartir cosas, por eso es tan importante la cultura organizacional, ya que dentro de esta los colaboradores podrán compartir significados, valores, experiencia e historia. Existen dos polos de empresas unas en las que todo es rígido y autocrático en donde no hay variables y el otro polo en donde la comunicación es fluida, existe interacción entre los miembros de la organización y hay metas y estrategias entre estos polos se encuentran la mayoría de empresas. La comunicación es una herramienta de suma importancia que tiene un rol fundamental en la cultura organizacional porque es a través de la comunicación como se transmitirá la cultura de la empresa así como la empresa le transmitirá la identidad a los empleados y es lo que hará que los empleados se mantengan unidos y en armonía si todos comparten los mismos significados, valores e historia.

El líder y la cultura organizacional. Su incidencia en la eficacia de la empresa

Según Molero (2001) decir en que consiste una cultura en una organización no es fácil, cada empresa tiene características diferentes y estas características son las que comparten los miembros de una organización y es lo que los hace diferentes de otras organizaciones. La cultura organizacional no aparece de la nada sino que responden a ciertos rasgos del ambiente social y de mercado y se van desarrollando a través del tiempo, por más pequeña que sea la empresa o por muy poco tiempo que lleve de existir ya hay una cultura organizacional, en donde han venido haciendo las cosas de cierta forma y que si sigue en pie es porque de alguno u otra forma han funcionado la cosas y por lo tanto luego los cambios son difíciles, también al vivir en un mundo tan globalizado el entorno está en constante cambio por lo que afecta la cultura organizacional y para que estos cambios no la afecten se sugiere tener dentro de la empresa un buen liderazgo. Es necesario un buen liderazgo pero no cualquier liderazgo, se requiere uno que se limite a gestionar de forma correcta los medios que ya existan, también debe de captar las necesidades y oportunidades para plasmarlas en una visión que sea de motivación para todos los miembros de la organización al decir estas características se hace alusión a un líder transformacional.

Cabe mencionar que el tipo de cultura que se esté manejando en la empresa va a influir en el tipo de liderazgo que se necesite, sin embargo el ideal es el liderazgo transformacional.

Liderazgo valores y cultura organizacional

Para construir y mantener una cultura de trabajo eficaz, una cultura organizacional fuerte es necesario quitar del camino las barreras de productividad, los miedos y la desconfianza según Siliceo, Casares y González (1999) refieren que es necesario inculcar y promover esa identificación, esa confianza, los valores, la comunicación y las buenas conductas tanto para beneficio de la empresa de los clientes internos y externos ya que todo esto se verá reflejado en el servicio que se le brinde a los clientes. Las futuras culturas organizacionales necesitaran ser creadas por líderes constructores que desarrollen procesos humanos que estén enfocados en la mejora continua y que se construyan en base a: la comunicación e información, la integración y el trabajo en equipo, la delegación y el empowerment, la motivación y el reconocimiento, la creatividad e innovación , la capacitación y el desarrollo humano la toma de decisiones y el liderazgo, la cultura de la empresa se va a transmitir a través de estos procesos lo que será de beneficio para la empresa para que sus colaboradores se sientan motivados y con autonomía para realizar su trabajo.

Más allá de del simple hecho de construir una cultura organizacional es necesario cumplir con ciertas tareas de suma importancia: crear una visión y compartirlas con el personal, definir la misión y los valores, comunicarlos y darles refuerzo continuamente, identificar el capital intelectual y emocional de la empresa, manejar el cambio construyendo equipos y manejando conflictos, dar capacitación a los colaboradores como prioridad, estar en mejora continua, verificar que los objetivos estén claros , poner atención al clima organizacional, tener constante comunicación con los colaboradores y promover los resultados y la eficacia.

Siliceo et al. (1999) comenta que los cambios constantes en el mundo hacen que se requiera con urgencia que las organizaciones se vuelvan competitivas y que puedan adaptarse a estas realidades, pero para poder lograr esto es necesario transformar la cultura organizacional de una manera dinámica, adaptable, con retos y cambios constantes. En un mundo tan competitivo como el de ahora no queda más que buscar esa competitividad en la lealtad y motivación de los colaboradores y en la lealtad y satisfacción en los clientes. Cabe decir que siempre en una organización es necesario tener claro que la empresa debe estar orientada al bienestar de las personas, que en ella trabajan para que la empresa no se vuelva simplemente un artificio mecánico ni un sistema impersonal.

Comportamiento organizacional

Los valores éticos son la base de las diferencias individuales dice Dailey (1990) y se encuentra en las personas más profundamente que las actitudes en el trabajo como la satisfacción laboral o la participación en el trabajo y el compromiso con la organización ya que son un aspecto esencial en la naturaleza humana. En nuestra vida cotidiana evaluamos a las personas e incluso a nosotros mismos los distintos comportamientos en base a nuestros valores, puesto que son creencias perdurables los cuales podemos elegir y esto es lo que nos hace distinguir entre el bien y el mal, lo moral e inhumano, es por esto que las compañías tratan de influenciar el comportamiento del colaborador ya que los valores de los empleados constituyen la base para las prácticas empresariales, de los valores de los empleados vendrán los programas éticos de la empresas.

Dailey menciona que hay que distinguir entre valores instrumentales y valores terminales. Los instrumentales son los que se utilizan para alcanzar objetivos utilizando comportamientos aceptables y los terminales son los objetivos que uno desea alcanzar, ambos se coordinan con los valores éticos para saber cuánto se esfuerzan las personas para crearle un significado a sus vidas y a sus trabajos. Ejemplos de valores instrumentales: ambición, capacidades, valor, limpieza, amabilidad, obediencia, autocontrol, responsabilidad. Ejemplos sobre valores terminales: logros, estatus social, amistad, igualdad, libertad paz mundial, seguridad nacional, sabiduría. Esto es uno de los retos que tienen las empresas hoy en día, el equilibrio de estos valores, esta configuración entre los valores de una persona con respecto a la autoridad, a sus derechos y obligaciones.

El desarrollo organizacional y el cambio planeado

El desarrollo organizacional es una respuesta al cambio menciona Garzón (2005) también es una estrategia cuya finalidad es cambiar las creencias, actitudes, valores, es decir cambiar la estructura de la organización, con el fin de que se puedan adaptar de una mejor manera a los cambios del entorno, a la nueva tecnología, a los nuevos mercados y a los retos, así que lo que maneja la cultura en una empresa es el desarrollo organizacional. El desarrollo organizacional busca también facilitar y reforzar por medio del cambio de las normas y del comportamiento. Tener desarrollo organizacional no significa cambiar la cultura, sin embargo a través de este desarrollo se modificaran los valores, los comportamientos esperados, normas y reglas.

Para que todo el desarrollo organizacional tenga éxito es necesario contar con el compromiso por parte de los altos mandos para que tengan ese compromiso con el cambio que

se estará realizando así como también que estén convencidos que lo que están haciendo les facilitara tener el apoyo de los colaboradores, porque no hay nada mejor que un líder con seguridad en sí mismo. Es necesario recordar que el desarrollo organizacional es un esfuerzo a largo plazo y guiado por la gerencia, para esto se necesita que se delegue la autoridad, que se formen equipos y que se utilice el papel consultor-facilitador.

En conclusión la cultura organizacional representa la estructura de la empresa, es la forma en que realizan y llevan a cabo sus actividades para el logro de los objetivos, estos procesos pueden ser modificados dependiendo de las exigencias del entorno o de los jefes internos o externos.

Responsabilidad social empresarial

Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) la responsabilidad social empresarial se entiende como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

También ser socialmente responsable dice la Comisión de las Comunidades Europeas no es solo cumplir con las obligaciones jurídicas, es también invertir en los colaboradores de la empresa y en su entorno es también ser respetuoso con el medio ambiente para así aumentar la competitividad de la empresa.

El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (2007) define responsabilidad social empresarial como “una cultura de negocios basada en principios

éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país”.

Por otro lado la responsabilidad social empresarial para Cajiga (s/f) es “el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común”.

Ética, responsabilidad social, desarrollo sustentable en las organizaciones

Toda actividad humana debe realizarse lo más conscientemente posible dicen Estrada, Monroy y Ramírez (2005) teniendo coherencia con lo que se dice y lo que se hace. En empresas pequeñas es difícil desarrollar la ética y la responsabilidad social ya que son informales y no tienen una cultura organizacional formada, lo ideal sería que cada empresa por muy pequeña que fuera cumpliera con todo lo expuesto por la ley para que así se desarrollaran los valores éticos.

La ética se enfoca al estudio y evaluación de las conductas o comportamientos humanos desde los principios morales y valores respecto a lo correcto e incorrecto, lo bueno y lo malo. La ética ha evolucionado conforme el hombre ha ido reflexionando sobre sus actos y de eso ha surgido la necesidad de desarrollar una mejor conciencia que de dirección a la ética. En la administración la ética tiene un papel fundamental, cada decisión que se tome debe representar la ética de la persona y los valores que esta posea. Para que exista en una empresa responsabilidad social empresarial es de considerar lo anterior ya que en base a la ética, los valores y la buena

administración se podrá lograr cumplir con esto ya que una organización no es solo responsable de producir bienes o servicios de calidad sino que también se trata de tener responsabilidad social, un compromiso con la comunidad, el medio ambiente y por su puesto con sus colaboradores.

Toda empresa debe estar consciente que tiene una responsabilidad y que no solo debe lograr que la organización sea competitiva en cuestiones económicas sino que también debe ser competitiva socialmente, debe contribuir al desarrollo integral de la sociedad, propiciando su bienestar.

¿Qué son los grupos de interés (stakeholders) ?

Para Urroz (2010) el termino grupo de interés o stakeholder “agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización”.

Cuando una empresa quiebra no solo saldrán perjudicados los dueños, sino también sus trabajadores, las familias de los trabajadores, los proveedores y la comunidad donde se encuentre ubicada, todos los afectos son stakeholders (inversor, participante, accionista) son los grupos de interés de una empresa las personas que pueden afectar o son afectados por una empresa. Existen dos tipos de stakeholders los primarios que son fundamentales para operar una organización, estos son los colaboradores tanto internos como externos y los accionistas y los secundarios son aquellos que no participan directamente pero que si pueden ser afectados por las acciones de la empresa como lo son competidores y los medios de comunicación.

Bajo el concepto de responsabilidad social empresarial dice Urroz (2010) no solo los dueños de las empresas juegan un papel fundamental, los trabajadores y la comunidad desempeñan papeles importantes ya que las actividades de la empresa impactan tanto de forma económica, ambiental y social por eso son tan relevantes los grupos de interés, teniendo una buena comunicación con estas personas, estos grupos se puede llegar a tener una relación integral para que así puede la empresa generar estrategias y se convierta en una organización sustentable. Es importante que tener en cuenta que las necesidades de la comunidad no deben usarse solamente para aumentar ventas sino que se debe hacer para darle valor a la compañía y realizar un bien al entorno.

El desarrollo de una estrategia de responsabilidad social empresarial

El alcance que tiene este tema es muy amplio y por lo tanto se han organizado en ejes o elementos que toda empresa debe considerar como centrales indica CentraRSE (2007) estos ejes servirán para que la empresa defina su estrategia de responsabilidad social empresarial, los ejes son los siguientes:

Valores y transparencia: el núcleo de este eje está constituido por los valores, la transparencia y la ética empresarial, bajo estos valores éticos que serán los pilares se debe desarrollar toda la estrategia de responsabilidad social empresarial.

Actores internos: son los colaboradores de la empresa, el capital humano el principal activo de la organización, quienes tienen en sus manos el éxito o fracaso de la empresa, por eso es de suma importancia trabajar en el desarrollo del recurso humano.

Consumidores y clientes: mantener cerca a los clientes es esencial para la sostenibilidad de la empresa, es necesario responder las necesidades de los clientes de una manera responsable y transparente incluyendo un mercado ético, políticas de precios y claridad en las transacciones.

Proveedores: la responsabilidad debe ir más allá que la organización, es necesario trabajar de la mano con los proveedores para asegurarse que ellos hagan negocios dentro de los parámetros responsables.

Relación con la comunidad: la organización es responsable de contribuir con el desarrollo de la comunidad afirma CentraRSE este involucramiento por parte de la empresa en la comunidad realiza acciones desde inversiones sociales y ambientales, hasta el voluntariado y las donaciones, con esto se fortalece la comunidad y la empresa respecto a su imagen.

El medio ambiente: es el respeto al entorno donde está la empresa, es la forma de hacer negocios, este eje se encuentra enfocado a encontrar soluciones innovadoras que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales para así reducir al máximo su impacto negativo.

Relaciones con el estado: la empresa puede presentar al estado sus buenas prácticas, sus estrategias para que estas trasciendan a nivel país y así haya aumento en la competitividad y el bienestar de la sociedad guatemalteca.

El correcto manejo de cada uno de los ejes asegura las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial y asegura una contribución efectiva por parte de la empresa para la sociedad.

Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Fernández (2010) menciona que la responsabilidad social empresarial tiene dos dimensiones la interna la cual afecta a sus colaboradores, a su impacto medioambiental, materias primas y los peligros de sus productos y la dimensión externa en donde esta incluida la sociedad, los proveedores y los consumidores. Ambos grupos tiene necesidades comunes que la empresa debe cumplir como lo es la transparencia informativa que es dar cualquier informacion sobre la empresa de manera clara y con la verdad, la participacion para conocer las necesidades de las partes interesadas y el beneficio mutuo en donde ambas partes salgan ganando.

Pirámide de responsabilidad social empresarial

Al comenzar a poner en practica la Responsabilidad Social Empresarial comenta CentraRSE (2007) debe existir un orden lógico que va desde lo más cercano a la organización hasta lo más lejano a ella. Primero la empresa debe asegurarse de estar cumpliendo con la ley y estar cumpliendo con la ética, valores y transparencia, la compañía debe ser responsable con su capital humano y que estos se estén desarrollando al máximo y luego la empresa debe de trabajar con las persona fuera de la empresa pero que estén dentro del entorno de la organización. Todo es importante pero debe respetarse el trabajar de adentro hacia fuera. A continuación se presenta la pirámide de responsabilidad social empresarial:



Figura No. 1 Pirámide de desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial (CentraRSE, s/f)

Principales beneficios de la responsabilidad social empresarial

CentraRSE (2007) indica que cuando la empresa comprende que actuar con responsabilidad social significa no limitarse solo a la oferta y a la demanda sino que además ser clave para el desarrollo social del país, se ha comprobado la responsabilidad social empresarial tiene efectos positivos en las gestiones de la empresa y los principales beneficios son:

Mejor desempeño financiero: han realizado estudios en donde se prueba que empresas que han hecho compromisos en público sobre trabajar bajo normas de ética alcanzaban resultados tres veces mayores. También una empresa comprometida con la responsabilidad social tiene mayor acceso a mercados y logra tener clientes más leales.

Reducción de costos operativos: cuando existen en la empresa iniciativas orientadas a mejorar el medio ambiente y el clima laboral ayudan disminuyendo los gastos y la improductividad. Con la ayuda al medio ambiente con el tema del reciclaje favorece a que no haya contaminación asimismo que la empresa vende esos materiales reciclados. Al propiciar un buen clima laboral se ayuda tanto a los empleados como a la empresa ya que si se le ayuda al colaborador a conciliar su

vida personal con la laboral se reducirá el ausentismo y la rotación de personal por lo que se evitara costos de contratación y se tendrán colaboradores fieles a la empresa (CentraRSE, 2007).

Mejora de la imagen de marca y reputación: muchos consumidores hoy en día valoran más a las empresas integras y transparentes, también en donde sus productos sean ambientalmente progresivos, que no le hagan mal al medio ambiente, esto produce consumidores leales y mejora la imagen del producto y por lo tanto de la empresa.

En conclusión la cultura organizacional se refiere a las actitudes, creencias y valores tanto personales como culturales de una empresa, son las normas, hábitos y valores que comparten todo el capital humano de la organización y la responsabilidad social empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos, respetuosa de las personas, comunidades y medio ambiente que contribuye a la competitividad de las empresas. Estos son dos fenómenos que componen la realidad sociocultural de las empresas ya que integran un enfoque estratégico. La responsabilidad social empresarial debe difundirse a través de la cultura ya que esta no se construye por si sola y al unir ambas posturas permite predecir que la responsabilidad social empresarial no será una moda más sino que se convertirá en otra forma de hacer negocios de beneficio tanto para la empresa como para el capital humano, el medio ambiente y la comunidad.

II. Planteamiento del Problema

La responsabilidad social empresarial es la contribución activa y voluntaria para el mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas y se ha convertido en una herramienta importante en el mundo empresarial. La responsabilidad social empresarial ha venido a tomar auge en los últimos años debido a que han surgido situaciones externas en las que cada país se ha visto involucrado.

La globalización, el calentamiento global de la tierra y el cuidado del medio ambiente para preservar los recursos naturales, el derecho de los trabajadores y la pobreza. En la actualidad las empresas ya no solo tienen que velar por sus propios intereses, sino que también deben dar en retribución algo para la sociedad y el medio ambiente. Este tema ha venido a tomar auge en las organizaciones y también a ser un elemento vital para su funcionamiento, esto debido a que los empresarios tienen la firme creencia que deben dar en retribución algo a la sociedad, el medio ambiente y conservar todas las bondades que este les ha brindado para realizar sus labores. Este tema debería ser regulado por regímenes equitativos para todos los países, sin embargo existe el otro extremo; organizaciones que no muestran preocupación, no practican esto a su totalidad y no se involucra a los colaboradores para que tengan estas prácticas. La responsabilidad social empresarial debe ser inculcada desde el primer día de trabajo del colaborador, esta debería ser parte de la cultura organizacional de cada empresa, ya que esto es lo que le formará la identidad y el sentido de pertenencia al empleado, por lo tanto no observará esta práctica como algo difícil, complicado o tedioso sino como una actividad importante tanto para beneficio de él como para su alrededor.

Es necesario también que las empresas inculquen esta práctica en los trabajadores que tienen cierta antigüedad en la organización y que involucren a los nuevos en esta cultura del cuidado y la responsabilidad al medio ambiente, la comunidad y la ética empresarial por lo anterior surge la siguiente interrogante:

¿Cuál es la percepción de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en una empresa nacional dedicada a la salud agropecuaria?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Conocer la percepción de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en una empresa nacional dedicada a la salud agropecuaria.

2.1.2. Objetivos Específicos

2.2.2.1 Determinar la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial entre género.

2.1.2.2 Identificar la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial por edad y años de laborar.

2.2 Variables

Responsabilidad social empresarial

Cultura organizacional

2.3 Definición de las variables

2.3.1 Definición conceptual de las variables

Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial según Cancino y Morales (2008) es “el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general”.

Cultura Organizacional

Para Marin, Zevallos y Mora (2009) la cultura organizacional es “el conjunto de creencias, costumbres, prácticas y formas de pensar que un grupo de personas han llegado a compartir por medio de su convivencia y trabajo, a un nivel visible la cultura de un grupo de personas toma forma en los comportamientos, símbolos, mitos, ritos y artefactos”.

2.3.2 Definición operacional de las variables

Cultura organizacional, es todo lo que la organización inculca al empleado para que el colaborador se sienta identificado con la empresa y con esto distinguirse de otra entidad, los siguientes indicadores nos mostraran la relación que existe entre esta variable y la variable a continuación definida, los indicadores son: comunicación, valores, identidad con la empresa.

La responsabilidad social empresarial, son los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto con lo interno como con lo externo, incluyendo y fomentando en estas actividades al talento humano de la organización.

2.4 Alcances y Límites

El estudio se realizó en una empresa nacional dedicada la salud agropecuaria y se pretendió conocer la percepción de los colaboradores sobre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial. Este estudio no pretende darle seguimiento a los planes de responsabilidad social empresarial, estos resultados son extrapolables a sujetos con características similares y pueden servir de punto de partida para estudios similares.

Como limitaciones se pudieron encontrar demora en contestar el cuestionario por parte los colaboradores de la empresa, poco interés por parte de los encuestados y poco conocimiento sobre el tema a investigar.

2.5 Aporte

Actualmente el tema de la responsabilidad social empresarial es un asunto que ha tomado auge en todos los sectores del país por lo que se decidió investigar sobre la percepción entre cultura organizacional y responsabilidad social empresarial en una entidad dedicada a la salud agropecuaria. Se pretendió aportar en este estudio es conocer la realidad de las empresas respecto a este tema y sentar un precedente para futuras investigaciones relacionadas con la responsabilidad social empresarial, ya que para muchas organizaciones es una estrategia que permite optimizar recursos tributarios brindando un aporte a la sociedad.

III. Método

3.1 Sujetos

Es una empresa con capital guatemalteco, cuya principal actividad es la formulación y distribución de productos para la salud vegetal, figura dentro de las tres comercializadoras más grandes de insumos agropecuarios en Guatemala, siendo líder en distribución de herbicidas a nivel nacional, también ha logrado mantener excelente calidad de sus productos, contando con la certificación de calidad ISO9001:2008, lo cual le ha permitido continuar posicionando sus marcas y consolidarse en importantes nichos de mercado y es una empresa internacional que tiene presencia en 10 países: Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá, Surinam, República Dominicana, Sur de México y Colombia. La empresa está constituida por trabajadores entre ellos hombres y mujeres entre 20 y 60 años.

El tamaño de la muestra es de 35 colaboradores y dicha selección se obtuvo del método no probabilístico por cuotas el cual según Chávez (2009) es una técnica de muestreo no probabilístico en donde la muestra reunida tiene la misma proporción de individuos que toda la población con respecto al fenómeno enfocado, las características o los rasgos conocidos.

Tabla 3.1.1

Género	
Mujeres	16
Hombres	19

3.2 Instrumentos

Para recolectar la información de la presente investigación se realizó un cuestionario creado por la autora de esta investigación el cual medirá las 2 variables de la investigación, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), los cuestionarios son el instrumento más utilizado para recolectar datos; consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. El instrumento mide la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial el cual cuenta con 26 reactivos, la siguiente tabla muestra los indicadores que mide cada variable:

Tabla 3.2.1

Cultura organizacional	Reactivo
Valores	1,2,3
Comunicación	4,5,6,7,8
Identidad con la empresa	9,10,11,12
Responsabilidad social empresarial	Reactivo
Valores y ética empresarial	13,14,15,16, 17
Rol en la comunidad	18,19, 20
Rol en el medio ambiente	21,22 ,23
Capital humano	24, 25, 26

El instrumento fue auto aplicable y tiene una duración máxima de 15 minutos. El cuestionario fue medido mediante una escala de Likert que va de la siguiente manera y con esta puntuación:

Tabla 3.2.2

Totalmente de acuerdo	4 puntos
De acuerdo	3 puntos
Parcialmente en Desacuerdo	2 puntos
En desacuerdo	1 puntos

La puntuación máxima para la parte de cultura organizacional sería de 48 puntos y la mínima de 12 puntos en donde de los rangos de calificación serían:

48pts. -37pts. Percepción alta de cultura organizacional: muestra que el colaborador se encuentra comprometido con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual lo involucre la organización.

36pts. -24pts. Percepción media de cultura organizacional: participa y se involucra sin embargo no se encuentra comprometido del todo con la empresa.

23pts.-12pts. Percepción baja de cultura organizacional: no muestra empatía ni interés por involucrarse en la organización, se limita a realizar su trabajo.

La puntuación máxima para la parte de responsabilidad social empresarial sería de 56 puntos y la mínima de 14 puntos en donde los rangos de calificación serían:

56pts. -46pts. Percepción alta de responsabilidad social empresarial: la empresa posee un programa establecido y el colaborador conoce y participa en los programas que realiza la empresa.

45pts. -31pts. Percepción media de responsabilidad social empresarial: en cuanto a los valores, ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y capital humano por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE, sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.

30pts. -14pts. Percepción baja de responsabilidad social empresarial: la empresa no cuenta con programas sobre responsabilidad y los empleados tienen poca noción sobre que es la responsabilidad social empresarial.

3.3 Procedimiento

- Primeramente se seleccionó el tema a investigar
- Una vez aprobado el tema se procedió a realizar el método en donde se crearon 2 instrumentos para la medición de variables de estudio.
- Para que los instrumentos cumplan con los objetivos de investigación fueron revisados y autorizados para la posterior aplicación.
- Se inició con la búsqueda de los antecedentes y el marco teórico.

- Luego se pidió la autorización por parte de la empresa para la aplicación de los instrumentos.
- Se procedió a validar los instrumentos.
- Se aplicaron los cuestionarios a la muestra seleccionada.
- Luego se tabularon los datos para su posterior análisis.
- Se crearon gráficos y tablas con los resultados que se obtuvieron.
- Posteriormente se analizaron los resultados.
- Después se realizó la discusión de los resultados obtenidos.
- Se elaboraron las conclusiones y recomendaciones.
- Para finalizar el trabajo, se realizó un informe final.

3.4 Tipo de Investigación, diseño y metodología estadística

La investigación es de tipo cuantitativa de diseño no experimental, la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2010), es una investigación en la que las variables no son manipuladas; más bien se dedica a observar y analizar un fenómeno en su contexto natural. Es de tipo transaccional correlacional, la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2010), consiste en describir relaciones entre dos o más categorías, variables o conceptos en un momento dado.

Para el estudio y análisis de los datos obtenidos, como metodología estadística se utilizó las medidas de tendencia central: media, mediana, moda además de la T de student para muestras independientes, el coeficiente con la R de Pearson para la relación de variables y todo con el apoyo de Excel y programas de internet.

V. Análisis de Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el estudio resumidos en un cuadro en el cual se comparan los resultados del área de Cultura Organizacional y en el área de Responsabilidad Social Empresarial, es importante aclarar que los resultados analizan la percepción de los colaboradores y no una condición o acción tangible de la empresa. Los hallazgos en el estudio destacan la percepción de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial.

Tabla 4.1

Datos Estadísticos Generales Percepción Cultura Organizacional/ Responsabilidad Social Empresarial		
HOMBRES-MUJERES		
	cultura Organizacional	responsabilidad social empresarial
Media	38.6857	43.3429
Mediana	39	43
Moda	34	49

La tabla 4.1 muestra los resultados generales (hombres-mujeres) sobre la percepción de cultura organizacional la cual se encuentra en 38.6 puntos lo que refleja que los colaboradores poseen una percepción alta de cultura organizacional en cuanto a su compromiso con la misión, visión, valores, la comunicación y la identidad con la empresa y cualquier plan en el cual lo involucre la organización. En lo relacionado con la percepción de responsabilidad social empresarial los resultados obtenidos muestran una media de 43.3 puntos lo que refleja que los colaboradores poseen una percepción media de la responsabilidad social empresarial en lo

relacionado con los valores, la ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y el capital humano, por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE, sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.

Tabla 4.2

Diferencia de medias entre cultura organizacional y responsabilidad social empresarial (MUJERES)		
	cultura organizacional	responsabilidad social empresarial
Media	38.00	44.88
Desviación estándar	6.70	5.49
N	16	16
Estadístico t	(0.65)	1.57
P(T<=t) dos colas	0.52	0.12
Valor crítico de t (dos colas)	2.03	2.03

La tabla 4.2 muestra los resultados de las colaboradoras mujeres respecto a la cultura organizacional que se encuentra en 38 puntos por lo que se infiere que poseen una percepción alta de cultura organizacional por lo tanto, esto indica que se encuentran comprometidas con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual las involucre la organización. En el cuestionario de percepción de responsabilidad social empresarial la percepción se encuentra en 44.8 puntos lo que indica que la percepción respecto a la responsabilidad social empresarial se encuentra en un nivel medio en cuanto a los valores, la ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y capital humano, por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE, sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.

Tabla 4.3

Diferencia de medias entre cultura organizacional y responsabilidad social empresarial (HOMBRES)		
	cultura organizacional	responsabilidad social empresarial
Media	39.26	42.05
Desviación estándar	4.72	5.10
N	19	19
Estadístico t		
P(T<=t) dos colas		
Valor crítico de t (dos colas)		

La tabla 4.3 muestra los resultados de los colaboradores hombres respecto a la percepción de cultura organizacional que se encuentra en 39 puntos por lo que se infiere que poseen una percepción alta de cultura organizacional por lo tanto ellos muestran que se encuentran más comprometidos con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual los involucre la organización. En el cuestionario de responsabilidad social empresarial su percepción es de 42 .05 puntos, lo que indica que tienen una percepción alta de responsabilidad social empresarial, por lo tanto buscan involucrarse y participar activamente en las actividades que la empresa tiene planificado.

En cuanto a la diferencia de medias en ambas tablas (4.3 y 4.4) se determinó que no existe diferencia significativa entre la percepción respecto a la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial entre género.

Tabla 4.4

	Edad en años	Meses laborados
Total cultura organizacional	0.288	0.378
Total responsabilidad social empresarial	0.031	0.260

La tabla 4.4 muestra la relación entre la edad de los empleados y los meses laborados respecto a la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial por lo que se determinó que si hay correlación estadísticamente significativa únicamente entre los meses laborados y la cultura organizacional por lo que se infiere que a mayores ejes mayor cultura organizacional, con respecto a responsabilidad social empresarial y su relación con la edad en años y meses laborados no muestran relación estadísticamente significativas. Por lo que se puede decir que la cultura organizacional de la empresa es más alta en colaboradores con más años de laborar en la organización debido a la identidad que les han ido reforzando y a que conocen mejor su lugar de empleo.

V. DISCUSION DE RESULTADOS

Esta investigación tuvo como objetivo conocer la percepción de la cultura organizacional y la percepción de la responsabilidad social empresarial en una empresa dedicada a la salud agropecuaria, a través del análisis de las encuestas aplicadas al grupo de trabajadores de la empresa, se concluyó que es importante conocer la cultura organizacional y también la responsabilidad social empresarial a través de la percepción, objetivo principal de esta investigación.

Tal y como lo indica CentraRSE (2006) en su estudio sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad, que buscaba conocer que tanta importancia le asignan los guatemaltecos a la responsabilidad social obteniendo que la gran mayoría de personas consideran que la RSE es un factor importante para las empresas del futuro, tal y como lo es para la organización en donde se realizó el estudio; dan suma importancia a enfocarse a los colaboradores, condiciones de trabajo, seguridad, salud y sobre todo la medición del involucramiento y la percepción de todos los colaboradores. Por lo que se considera que es importante fomentar una cultura organizacional que de apertura a implementar programas que desarrollen sentido de pertenencia e identificación respecto a la RSE.

En la actualidad es de suma importancia este aspecto, que si bien es cierto es novedoso, ha traído excelentes resultados en el rendimiento de los colaboradores ya que los hace sentir más seguros y tomados en cuenta por la empresa. Como lo expone Mendoza (2008) en su estudio realizado en una empresa guatemalteca dedicada al acabado de interiores en la construcción, en donde concluyó que los factores predominantes en la cultura organizacional son: comunicación, valores y confianza que está en total concordancia con el estudio realizado ya que uno de los factores predominantes dentro del cuestionario fue la medición de valores. Estos tres aspectos son importantes ya que si no existe una buena comunicación, esto se verá afectado en los valores de los colaboradores y a su vez también en la ideología ya que todos no comparten los mismos sentimientos.

Parte de todo esto conlleva también al tema de ética como Alvarado (2008) indica, que la ética es importante para desempeñar los labores de mejor manera y también para mejorar la cultura organizacional de cualquier entidad, esto porque los colaboradores en niveles administrativos diariamente deben practicar valores y tomar decisiones con ética, si desean crecer como personas y dentro de una organización por su trabajo transparente. Es por ello que es de suma importancia que los empleados se involucren y participen activamente en todos estos temas y si la empresa no le da importancia debe tomar especial atención a estos factores que traerán resultados a futuro; tal es el caso de la empresa agropecuaria en la cual se realizó el estudio.

Si no existe una cultura organizacional en un nivel promedio, empiezan a surgir conceptos erróneos del tema tal es el caso de Mendoza (2009) estudio que difiere de los resultados obtenidos en la presente investigación. El expone que la principal problemática de implementar planes de RSE en las empresas en el nivel educativo pero sobre todo que no se aprovechan los beneficios y no existe mayor conocimiento del tema; pero también no existe una cultura organizacional que fomente esto, por lo que hay que prestar especial cuidado a la implementación de programas adecuados para cada nivel jerárquico. Por otro lado también existen empresas en las cuales los colaboradores si tienen idea sobre la cultura organizacional, la practican y están interesados en el tema tal y como lo expone Ubico (2011) sin embargo no cuentan con los recursos para poder implementar programas ni capacitaciones para fomentar la comunicación y valores, estudio que difiere de los resultados y de la percepción de los colaboradores respecto a la cultura organizacional.

Otro factor importante en esta investigación es como la empresa impacta en la calidad de vida de los colaboradores y como ellos lo perciben, tanto en el ámbito profesional y personal, así como lo expone Lara (2011) en donde concluye que en diversos sectores no existe responsabilidad social empresarial, como por ejemplo empresas del sector de la agricultura, lo cual es importante por lo que se considera un avance que las empresas agroindustriales se empiecen a preocupar por practicar la RSE y fomentar una cultura organizacional en donde el colaborador sea tomado en cuenta. Uno de los puntos fuertes del tema es en el cuidado del medio ambiente por el cual se preocupan las empresas del sector agroindustrial debido al tipo de producto que realizan, como lo expone Cancinos (2013) en una investigación que realizó en

Guatemala sobre la efectividad de los programas de RSE en la formación de hábitos de cuidado ambiental obteniendo resultados positivos al involucrar a las personas en dichos temas, ya que así tienen actitudes distintas, valores mejor cimentados y mayor involucramiento en dichos programas.

A su vez Arriaza (2013) expone la importancia y los beneficios de implementar programas de responsabilidad social empresarial, ya que los resultados que se obtienen son percibidos por los colaboradores de manera positiva tanto en hombres como mujeres, no importando el nivel jerárquico en la organización, que al final lo valioso es crear una conciencia social adecuada a todo nivel fomentando la comunicación abierta a través de una cultura organizacional adecuada.

Los resultados observan que la percepción de los empleados es positiva y se encuentran a un nivel medio en cuanto a la participación de los programas de RSE. Las acciones encaminadas a la inversión social, relación con el estado, con las familias de los colaboradores, relación con organizaciones comunitarias son bien vistas por los trabajadores ayudan a que la empresa siga creciendo y que las personas se sensibilicen sobre estos conceptos y los practiquen como lo hizo la empresa Integralia S. Coop. And. (2007) en la que resalta que es importante implementar guías para la práctica del tema ya que esto contribuye al desarrollo local, responsabilidad social/empresa de economía social, toma de decisiones y desarrollo local basado en políticas medioambientales y de sostenibilidad.

Una empresa que practica la RSE pero sobre todo que involucra a sus colaboradores y fomenta una cultura organizacional abierta es una organización competitiva, como lo menciona López, Contreras y Molina (2011) en su estudio ya que ellos exponen que las instituciones que promueven todos estos temas han logrado permanecer más años en el mercado y que cuentan con personal altamente involucrado en programas por lo que se concluye que tienen una adecuada percepción de ambos temas.

A su vez Nielsen Holdings (2013) en un estudio que realizó en la cual tomaron en cuenta la muestra por edad y género en cada país como resultado se obtuvo que las personas independientemente del género tienen interés por consumir productos de empresas que tienen a

colaboradores y programas de responsabilidad social empresarial, lo que refleja que hay una cultura organizacional adecuada en donde se fomentan este tipo de prácticas y esto solo se va logrando dependiendo la antigüedad de los colaboradores en una organización y su percepción de cultura y RSE.

Finalmente según los resultados obtenidos se pudo determinar que la percepción de los colaboradores respecto a la cultura organizacional se encuentra a un nivel alto y la percepción en lo relacionado con la responsabilidad social empresarial se encuentra a un nivel medio, por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE, sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo. Entonces así mismo si comparamos la percepción de la cultura organizacional y la percepción de la responsabilidad social empresarial con los estudios nacionales e internacionales, podemos observar que hay una relación estrecha entre cultura organizacional y responsabilidad social empresarial, también los colaboradores muestran una percepción positiva respecto a la cultura organizacional, sin embargo en responsabilidad social empresarial tienen conocimiento sobre actividades relacionadas con el tema pero la empresa actualmente no cuenta con un programa y/o campaña de divulgación de RSE por lo que la empresa debe de mejorar e implementar un manual sobre RSE que involucre a los empleados con el fin de tener un material de referencia en aquellos aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista teórico y práctico, es importante para que se pueda comprender las distintas características de la RSE así como identificar factores que permitan una implementación exitosa, definir los pasos, describir los beneficios y que esté en constante divulgación. Se puede concluir también que en el estudio realizado los resultados serán más favorables en las organizaciones dependiendo de la antigüedad de cada colaborador ya que este tendría más involucramiento en la cultura de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones obtenidas del estudio realizado.

- En la organización en la cual fue realizado el estudio se pudo determinar que se llevan a cabo distintas actividades encaminadas a la responsabilidad social empresarial relacionadas a los valores, la ética empresarial, el rol con la comunidad, con el medio ambiente y el capital humano y estas acciones van de la mano de la cultura organizacional de la empresa.
- Se determinó que la percepción de los colaboradores respecto a la cultura organizacional a nivel general (hombres-mujeres) se encuentra a nivel lo alto, por lo que se infiere que el empleado se encuentra comprometido con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual lo involucre la organización. Lo que indica que la empresa se ha esmerado en hacer que los colaboradores se sientan valorados y parte de la organización. Los resultados muestran también que la percepción de los colaboradores respecto a la responsabilidad social empresarial se encuentran a un nivel medio respecto a los valores, ética empresarial, rol en la comunidad, rol en el medio ambiente y capital humano que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.
- Se determinó que los resultados de las colaboradoras mujeres respecto a la percepción de cultura organizacional alta por lo tanto, esto indica que se encuentran comprometidas con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual las involucre la organización. En el cuestionario de percepción de responsabilidad social empresarial nos indica que la percepción respecto a la responsabilidad social empresarial se encuentra en un nivel medio en cuanto a los valores, la ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y capital humano, por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE, sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.

- Se concluyó que los resultados de los colaboradores hombres respecto a la cultura organizacional es alta por lo tanto ellos muestran que se encuentran comprometidos con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual los involucre la organización. En el cuestionario de percepción de responsabilidad social empresarial indica que tienen una percepción alta de responsabilidad social empresarial, por lo tanto buscan involucrarse y participar activamente en las actividades que la empresa tiene planificado.
- Se llegó a la conclusión según los resultados que en cuanto a la diferencia de medias entre género respecto a percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial que no existe diferencia estadísticamente significativa.
- Y se demostró respecto a la relación entre la edad de los empleados y los meses laborados respecto a la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial que existe una correlación estadísticamente significativa únicamente entre los meses laborados y la cultura organizacional por lo que se infiere que a mayores ejes mayor cultura organizacional, con respecto a responsabilidad social empresarial y su relación con la edad en años y meses laborados no muestran relación estadísticamente significativas.
- En el estudio se pudo determinar que en el tema de responsabilidad social empresarial tienen conocimiento sobre actividades relacionadas, pero la empresa actualmente no cuenta con un programa y/o campaña de divulgación de RSE, un manual sobre RSE es importante ya que este involucra a los empleados y tiene como fin contar con un material de referencia en aquellos aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista teórico y práctico, es importante para que se puedan comprender las distintas características de la RSE así como identificar factores que permitan una implementación exitosa, definir los pasos y describir los beneficios.

VII. RECOMENDACIONES

Luego de los resultados obtenidos y las conclusiones a las que se llegó se pueden formular las siguientes recomendaciones.

- Al la Gerencia de Recursos Humanos se le recomienda seguir fomentando la cultura organizacional de acuerdo a su misión, visión, comunicación e identidad con la empresa, a través de planes de formación y capacitación constante en los que se sigan reforzando la filosofía y así seguir unificando y fortaleciendo el compromiso laboral de los colaboradores.
- Se recomienda para en el área de RSE diseñar un manual y una campaña de divulgacion con el fin de tener un material de referencia en aquellos aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista teórico y práctico, es importante que se puedan comprender las distintas características de la RSE así como identificar factores que permitan una implementación exitosa, definir los pasos y describir los beneficios y con esto se logre alcanzar una mayor percepcion del tema.
- A los estudiantes de Psicología Industrial interesados en el tema se recomienda seguir profundizando en las areas abordadas en la investigacion tomando como referencia la informacion presentada en este estudio.
- Que las empresas guatemaltecas en el ramo de la agricultura se interesen por el tema de la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial y lo incorporen en su política de negocio siendo un beneficio para los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, con un impacto para país ya que teniendo empresas más responsables en este ramo será más fácil lograr el desarrollo económico y social que busca Guatemala.

VIII. Referencias Bibliográficas

- Alvarado, M. (2008). *Ética como herramienta para mejorar la cultura organizacional en instituciones de servicios hospitalarios de la ciudad de Quetzaltenango*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://biblio2.url.edu.gt/F/75URRYAXBRJBIQF4C39NMGJB7KVP6K79MLNXUNN8GQKHCQ88B3-14811?func=service&doc_library=URL01&doc_number=000123040&line_number=0001&func_code=WEB-SHORT&service_type=MEDIA
- Arriaza, J (2013). *Sobre los beneficios y limitaciones percibidos por la gerencia de una organización deportiva en Guatemala al aplicar una serie de programas de responsabilidad social empresarial*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Arriaza-Jose.pdf>
- Cancinos, M. (2013). *Efectividad de un programa de responsabilidad social empresarial en la formación de hábitos de cuidado ambiental, en colaboradores de una empresa de servicios marítimos*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/57/Cancinos-Maria.pdf> Contenido de Tesis
- Cancino, C. y Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial, 11*. Recuperado de <http://redunirse.org/files/Serie%20Docente%20Nº%201%20-%20RSE.pdf>
- Cajiga (s/f). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/07/Concepto_RSE_CEMEFI.pdf
- Caravantes, S (2014). *Prácticas de responsabilidad social empresarial en litografías agremiadas a la cámara de industria de Guatemala*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Caravantes-Sara.pdf>

- Carrasco, P y Ucieda, J. (s/f). *La relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño financiero*. Madrid, España. Recuperado de http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/paalonso/Archivos/gomezcarrasco.pdf
- Chávez, M. (2009). *Muestreo no probabilístico*. Recuperado de <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala- Centra RSE- (2006). *Estudio sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/percepcion.pdf>
- Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE en Guatemala (2007). *¿Qué es RSE?* Guatemala: Editorial Serviprensa.
- Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE en Guatemala (s/f). Recuperado de http://centrarse.org/?page_id=42
- Chan, M., y Escalante, N. (2014). Bioética: una orientación hacia la responsabilidad social empresarial de los estudiantes latinoamericanos de escuelas de negocios. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 8(1), 898-910. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e707dc51-b0c8-4489-bae7-55cee6871069%40sessionmgr114&vid=6&hid=120>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001) *Libro Verde*. Bruselas. Recuperado de <http://www.oiss.org/atprlja/?Libro-verde-sobre-Responsabilidad>
- Dailey, R. (1990) *Comportamiento Organizacional*. Gran Bretaña. Recuperado de <http://www.ebsglobal.net/documents/course-tasters/spanish/pdf/ob-bk-taster.pdf>
- Documento de catedra (2007). *Cultura Organizacional*. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/cultura.pdf>

Estrada, R., Monroy, S. y Ramírez, H. (2005) Ética, responsabilidad social, desarrollo sustentable en las organizaciones. *Revista Administración y Organizaciones*, 15, 27-45. Recuperado de http://www.centrogeo.org.mx/curriculum/germanmonroy/pdf/etica_responsabilidad_social_desarrollo_susten_organiz.pdf

Fernández, R. (2010). *Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas*. Recuperado de <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas.html>

Ferre, Z., Natalia, M., Pastori, H., Piani, G., y Rossi, M. (2011). La responsabilidad social empresarial en Uruguay: una visión comparada desde la ciudadanía y desde las empresas. *Semestre Económico*, 105-120. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f1ad5cc2-7d5d-4601-a22a-ce57d3bc4ae4%40sessionmgr115&vid=8&hid=114>

Gálvez, E. y García, D. (2011) Cultura organizacional y rendimiento de las mipymes de mediana y alta tecnología: un estudio empírico en Cali, Colombia. *Cuadernos de administración*, 23(42) 125-145. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=1c798e68-2cde-4455-a350-3b2fe2aee365%40sessionmgr4004&vid=4&hid=4114>

Garzón, M. (2005). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*. Bogotá, Colombia: Centro Editorial Universidad del Rosario. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=RDFJi-fNWNMC&pg=PA37&lpg=PA37&dq=cultura+y+desarrollo+organizacional&source=bl&ots=yYX4as2igg&sig=MlAxt0xXpmGqRTjzPI-_Sr-iMtI&hl=es&sa=X&ei=W0INU5LHH8LM0AHD6oCwBg&ved=0CCcQ6AEwADgU#v=onepage&q=cultura%20y%20desarrollo%20organizacional&f=false

Gross, M. (30 de Junio de 2008) *Definición y características de la cultura organizacional*. [Mensaje de blog]. Recuperado de <http://manuelgross.bligoo.com/definicion-y-caracteristicas-de-la-cultura-organizacional-actualizado>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª. ed.). México: McGrawHill.

Integralia S. Coop (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Andaluzas de Economía Social*. España. Recuperado de http://www.cepes-andalucia.es/fileadmin/media/docs/Proyectos/Estudio_RSE_y_E.S.pdf

Jiménez, J. (2013). *Una cultura organizacional orientada al cliente interno*. Recuperado de <http://www.degerencia.com/articulo/una-cultura-organizacional-orientada-al-cliente-interno>

Juárez, S (2013). *Responsabilidad social empresarial en empresas lotificadoras en el área urbana de la ciudad de Mazatenango*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Juarez-Sonia.pdf>

Joaquín, J (2013). *Prácticas de responsabilidad social empresarial en los talleres de mecánica ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2013/01/01/Rodriguez-Jaime.pdf>

Lara, J. (2011). *Evaluación del impacto social de la implementación de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector melonero de Guatemala*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://biblio2.url.edu.gt/F/75URRYAXBRJBIQF4C39NMGJB7KVP6K79MLNXUNN8GQKHCQ88B3-25202?func=service&doc_library=URL01&doc_number=000152562&line_number=0001&func_code=WEB-SHORT&service_type=MEDIA

López, A., Contreras, R. y Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuadernos De Administración*,

24(43), 261-283. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=9a528570-b475-4d11-889f-991a4e99f8d5%40sessionmgr112&vid=4&hid=125>

Luna, R. y Pezo, A. (2005). *Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos* (1era ed). Colombia: Convenio Andrés Bello.

Marin, D., Cano, C., Zevallos, M. y Mora, R. (2009). *Determinantes del análisis y diseño organizacional*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/840/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.htm>

Máynez, I., A, Cavazos, A. y Nuño, J. (2012). La influencia de la cultura organizacional y la capacidad de absorción sobre la transferencia de conocimiento tácito intra-organizacional. *Estudios Gerenciales*, 28191-211. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e707dc51-b0c8-4489-bae7-55cee6871069%40sessionmgr114&vid=7&hid=120>

Mendoza, A. (2008). *Descripción de los factores que determinan la cultura organizacional de una empresa familiar de acabado de interiores*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de http://biblio2.url.edu.gt/F/75URRYAXBRJBIQF4C39NMGJB7KVP6K79MLNXUNN8GQKHCQ88B3-14322?func=service&doc_library=URL01&doc_number=000117702&line_number=0001&func_code=WEB-SHORT&service_type=MEDIA

Mendoza, D. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial aplicada a las gasolineras de la cabecera departamental de Huehuetenango*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/F/75URRYAXBRJBIQF4C39NMGJB7KVP6K79MLNXUNN8GQKHCQ88B3->

19101?func=service&doc_library=URL01&doc_number=000134090&line_number=0001&func_code=WEB-SHORT&service_type=MEDIA

Molero, F. (2001). El líder y la cultura organizacional. Su incidencia en la eficacia de la empresa. *Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones*, 341-343. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2313/231318273006.pdf>

Nielsen Holdings. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado de <http://es.nielsen.com/news/20130902.shtml>

Ríos, A. (Noviembre, 1999). *Cultura Organizacional*. [Mensaje de Blog]. Recuperado de http://www.geocities.com/amirhali/_fpclass/cultura_organizational.htm

Rodriguez, Y. y Tovar, D. (2004). *Cultura organizacional e innovación en las empresas basado en las investigaciones de Edgar Schein* (Tesis de grado). Universidad de Sabana, Colombia. Recuperado de <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/7399/1/124127.pdf>

Peña, D y Serra, A (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 1456-1480. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=8f1dcd80-d758-46f8-aa77-c156b40324db%40sessionmgr198&vid=6&hid=114>

Perez, A., Naranjo, R. y Roque, Y. (2009). La cultura organizacional: algunas reflexiones a la luz de nuevos retos. *Tecnología en Marcha*. Recuperado de http://www.tecdigital.itcr.ac.cr/servicios/ojs/index.php/tec_marcha/article/viewFile/86/85

Salazar, A., Soto, R., y Sánchez, R. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuadernos De Administración*, 24(43), 261-283. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e707dc51-b0c8-4489-bae7-55cee6871069%40sessionmgr114&vid=7&hid=120>

- Sánchez, M. (2011). Cultura y comunicación organizacional. *Revista mexicana de comunicación*. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/03/02/cultura-y-comunicacion-organizacional/>
- Sepúlveda, J., Quintero, I., Lizcano, T. y Díaz, E. (2013). Perfil de responsabilidad social empresarial del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 212-226. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=8f1dcd80-d758-46f8-aa77-c156b40324db%40sessionmgr198&vid=6&hid=114>
- Siliceo, A., Casares, D. y González, J. (1999). *Liderazgo, valores y cultura organizacional* (1era ed.). México: McGraw Hill. Recuperado de http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Especialidad/TecnologiaEducativaG12/Modulo05/PDF/ESTEM05T03_Cultura_Organizacional_y_Liderazgo.pdf
- Ubico, X. (2011). *Percepción por parte del personal con respecto a rasgos de cultura organizacional en un centro de diagnóstico médico de la ciudad de Guatemala*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://biblio2.url.edu.gt/F/75URRYAXBRJBIQF4C39NMGJB7KVP6K79MLNXUNN8GQKHCQ88B3-16050?func=service&doc_library=URL01&doc_number=000147616&line_number=0001&func_code=WEB-SHORT&service_type=MEDIA
- Urroz, F. (2010). *¿Qué son los stakeholders?* Recuperado de <http://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>

ANEXOS

Ficha Técnica para cuestionario de percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial

Nombre	Escala de evaluación de la percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial (EEPCOYRSE)								
Autor	Karla Belinda Ramos Paiz								
Objetivo	Conocer el nivel de percepción de la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial.								
¿Qué mide?	<p>Este cuestionario midió el nivel de percepción de la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial a través de 26 reactivos los cuales se dividen de la siguiente manera:</p> <table border="1" data-bbox="781 1444 1349 1787"> <tr> <td>Cultura organizacional</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Valores</td> <td>1,2,3</td> </tr> <tr> <td>Comunicación</td> <td>4,5,6,7,8</td> </tr> <tr> <td>Identidad con la empresa</td> <td>9,10,11,12</td> </tr> </table>	Cultura organizacional		Valores	1,2,3	Comunicación	4,5,6,7,8	Identidad con la empresa	9,10,11,12
Cultura organizacional									
Valores	1,2,3								
Comunicación	4,5,6,7,8								
Identidad con la empresa	9,10,11,12								

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="781 401 1079 537">Responsabilidad social empresarial</td> <td data-bbox="1079 401 1349 537"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 537 1079 674">Valores y ética empresarial</td> <td data-bbox="1079 537 1349 674">1,2,3,4,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 674 1079 741">Rol en la comunidad</td> <td data-bbox="1079 674 1349 741">6,7,8</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 741 1079 877">Rol en el medio ambiente</td> <td data-bbox="1079 741 1349 877">9,10,11</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 877 1079 945">Capital humano</td> <td data-bbox="1079 877 1349 945">12,13,14</td> </tr> </table>	Responsabilidad social empresarial		Valores y ética empresarial	1,2,3,4,5	Rol en la comunidad	6,7,8	Rol en el medio ambiente	9,10,11	Capital humano	12,13,14
Responsabilidad social empresarial											
Valores y ética empresarial	1,2,3,4,5										
Rol en la comunidad	6,7,8										
Rol en el medio ambiente	9,10,11										
Capital humano	12,13,14										
Tiempo de resolución	Sin límite de tiempo, aproximadamente 15 minutos.										
Forma de aplicación	Auto aplicación										
Forma de calificación	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="781 1352 1109 1419">Totalmente de acuerdo</td> <td data-bbox="1109 1352 1349 1419">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 1419 1109 1486">De acuerdo</td> <td data-bbox="1109 1419 1349 1486">3</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 1486 1109 1623">Parcialmente en desacuerdo</td> <td data-bbox="1109 1486 1349 1623">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="781 1623 1109 1690">En desacuerdo</td> <td data-bbox="1109 1623 1349 1690">1</td> </tr> </table>	Totalmente de acuerdo	4	De acuerdo	3	Parcialmente en desacuerdo	2	En desacuerdo	1		
Totalmente de acuerdo	4										
De acuerdo	3										
Parcialmente en desacuerdo	2										
En desacuerdo	1										

	<p>En donde la puntuación máxima para la parte de cultura organizacional es de 48 puntos y la mínima de 12 puntos y los resultados van de la siguiente manera:</p> <p>48-37 Percepción alta de cultura organizacional: muestra que el colaborador se encuentra comprometido con la misión, visión, valores, comunicación e identidad con la empresa y cualquier plan en el cual lo involucre la organización.</p> <p>36-24 Percepción media de cultura organizacional: participa y se involucra sin embargo no se encuentra comprometido del todo con la empresa.</p> <p>23-12 Percepción baja de cultura organizacional: no muestra empatía ni interés por involucrarse en la organización, se limita a realizar su trabajo.</p> <p>Y en donde las puntuación máxima de la parte de responsabilidad social empresarial es de 56 puntos y la mínima de 14 y los resultados van</p>
--	---

	<p>de la siguiente manera:</p> <p>56-46 Percepción alta de responsabilidad social empresarial: la empresa posee un programa establecido y los colaboradores conocen y participan en los programas que realiza la empresa.</p> <p>45-31 Percepción media de responsabilidad social empresarial: en cuanto a los valores, la ética empresarial, el rol en la comunidad, el rol en el medio ambiente y capital humano por lo tanto se puede decir que conocen y participan en actividades relacionadas a la RSE sin embargo la empresa actualmente no cuenta con un manual de RSE y/o campaña de divulgación sobre el mismo.</p> <p>30-14 Percepción baja de responsabilidad social empresarial: la empresa no cuenta con programas sobre responsabilidad y los empleados tienen poca noción sobre que es la responsabilidad social empresarial.</p>
Reactivos	26 ítems

<p>Puntaje máximo y puntaje mínimo</p>	<p>Puntaje máximo para la parte de cultura organizacional 48 puntos y puntaje mínimo de 12 puntos.</p> <p>Puntaje máximo para la parte de responsabilidad social empresarial 56 puntos y puntaje mínimo de 14puntos.</p>
<p>Juicio de expertos</p>	<p>Licda. Susel Roldán</p> <p>Licda. Beatriz Peña</p> <p>Lic. Alejandro Mena</p>



Cuestionario de percepción de cultura organizacional y responsabilidad social empresarial

Edad: _____ Años de laborar en la empresa: _____ Género: F M

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la opción de la escala que usted considere en cada afirmación. Tenga en cuenta que el presente cuestionario es completamente confidencial y su único fin, es conocer la cultura organizacional de la empresa, como parte de un trabajo de investigación.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Parcialmente de desacuerdo	En desacuerdo
1. ¿Conozco los valores de la empresa?				
2. ¿Practico diariamente los valores de la empresa?				
3. ¿Creo que la organización inculca correctamente los valores de la empresa?				
4. ¿Considero que puedo expresar mis opiniones con libertad?				
5. ¿Si tengo algún comentario o queja se lo digo a mi jefe inmediato?				

6. ¿Creo que mi opinión es tomada en cuenta?				
7. ¿Recibo mensajes informativos por parte de la empresa?				
8. ¿Me interesan los mensajes que me brinda la empresa?				
9. ¿Me siento orgulloso de la empresa donde laboro?				
10. ¿Creo que todas las prácticas que realiza la empresa son buenas?				
11. ¿Conozco la misión y visión de la empresa?				
12. ¿Conozco al encargado de fomentar la cultura organizacional de la empresa?				
13. ¿Conozco sobre Responsabilidad Social Empresarial?				

14. ¿Tengo una actitud positiva hacia las actividades de Responsabilidad Social Empresarial?				
15. ¿Conozco sobre algún manual que hable sobre la ética empresarial en la empresa?				
16. ¿Conozco sobre algún mecanismo de denuncia que posea la empresa para casos de corrupción?				
17. ¿Considero que la empresa ofrece productos o servicios que contribuyen al desarrollo social de la comunidad?				
18. ¿He participado en actividades de voluntariado como parte de las actividades de la empresa?				
19. ¿Apoyo en algún proyecto que beneficie a la				

comunidad?				
20. ¿Considero que la empresa verifica que sus proveedores no violen los derechos humanos?				
21. ¿Considero que la empresa ofrece productos o servicios que contribuyan con el medio ambiente?				
22. ¿Conozco sobre algún inventario que posea la empresa sobre riesgos de salud e higiene en las plantas y oficinas?				
23. ¿Realizo procedimientos para reducir el consumo de energía en mi área de trabajo?				
24. ¿Considero que la empresa cuenta con un plan de capacitación especializado para los colaboradores?				

<p>25. ¿Conozco la empresa con políticas y mecanismos de queja para evitar la discriminación?</p>				
<p>26. ¿Conozco sobre políticas formales que posea la empresa para promover un equilibrio entre la vida personal y la vida laboral de sus colaboradores?</p>				