

Análisis inferencial de la percepción de prácticas socialmente responsables en el sector empresarial de Imbabura, Ecuador

INFORME DE INVESTIGACIÓN

Wilmer Medardo Arias Collaguazo¹

Departamento de Investigación. Facultad de Sistemas Mercantiles
Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ibarra - Ecuador.

<https://orcid.org/0000-0002-1438-4012>

Correo electrónico: wj.wilmerarias@uniandes.edu.ec

RESUMEN

El presente estudio, es el resultado de la primera fase de la investigación en la que se realiza un análisis inferencial de la percepción del sector empresarial de la provincia de Imbabura-Ecuador, el mismo que tiene como propósito determinar si las prácticas implementadas de responsabilidad social están asociadas con el desarrollo de la filosofía estratégica. Este estudio parte del supuesto, de que las empresas al no desarrollar una filosofía estratégica con responsabilidad social estas influyen en su implementación, para lo cual, se realizó una investigación de tipo cuantitativa, de alcance correlacional, en la que participaron docentes investigadores de la universidad, quienes se encargaron de la aplicación de una encuesta a nivel provincial, para determinar si existe una asociatividad entre las variables por medio del ji-cuadrado. Como resultados se obtuvo que mayoritariamente el sector empresarial de Imbabura no desarrolla dentro de su filosofía estratégica valores asociados con la responsabilidad social generándose una situación que influye directamente en su implementación por lo que la percepción es negativa, tal realidad deberá mejorarse a través de una mayor socialización y concientización de la importancia de su aplicación.

Palabras clave: Política y bienestar social, comportamiento social, organización social.

An inferential analysis of the perception of socially responsible practices in the business sector of Imbabura-Ecuador

Abstract

The present study is the result of the first phase of the research in which an inferential analysis of the perception of the business sector of the province of Imbabura-Ecuador is carried out, the purpose of which is to determine whether the implemented practices of social responsibility they are associated with the development of strategic philosophy. This study is based on the assumption that companies do not develop a strategic philosophy with social responsibility influence their implementation, for which, a quantitative research of correlational scope was carried out, in which researchers from the university participated. , who were responsible for the application of a survey at the provincial level, to determine if there is an association between the variables by means of the chi-square. As a result, it was obtained that the business sector of Imbabura does not develop social responsibility values within its strategic philosophy and that this directly influences its implementation, which is why the perception is negative of the sector, which must be improved through greater socialization and awareness of the importance of its application.

Keywords: Policy and social welfare, social behavior, social organization.

Recibido: 22-01-2019

Revisado: 15-03-2019

Aceptado: 25-09-2019

Como citar este artículo - How to cite this article

Arias-Collaguazo, W. (2020). Análisis inferencial de la percepción de prácticas socialmente responsables en el sector empresarial de Imbabura, Ecuador. *Revista Visión Gerencial*, 19(1), 101-115. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial>

¹ Profesor Auxiliar, e Investigador, de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ibarra - Ecuador. Magister en Gestión Empresarial por la Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador.

1. Introducción

Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial según Ferrell et al. (2016) centran su estudio en favorecer el incremento del valor de la empresa no solo para los accionistas sino también para los grupos de interés. Por otra parte, cabe mencionar que esta relación dependerá del grado de compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa, es decir, aquellas que involucran sus prácticas con una producción socialmente responsable, pero no descuidando el factor económico de la misma, siempre buscando los mejores ingresos como resultado (McWilliams & Siegel, 2001). Por lo tanto, para emplear la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva (Falkenberg & Brunsael, 2011), es necesario establecer una relación entre la filosofía empresarial y las prácticas de responsabilidad social.

Para iniciar, es necesario establecer un punto de origen, destacando que el principal argumento está basado en la obra "Social Responsibilities for the Businessman de Howard R. Bowen (1953)" citado en (Milian, 2015) quien introduce el término de responsabilidad social empresarial, "como consecuencia de las actuaciones empresariales y su impacto en la sociedad," (Sabogal, 2008, p. 183) y quien plantea un dilema, que trastoca los problemas éticos y sus prácticas empresariales.

Para la década de los 60 aparecen nuevos conceptos acuñándose por primera vez el término stakeholder o también conocido como grupos de interés, por el Instituto de Investigación de Stanford en 1963. Citado en (Milian, 2015), y se plantea "que la función principal de una empresa es de naturaleza económica y que su finalidad es de naturaleza social." (Duque, Cardona, & Rendón, 2013, p. 198).

Durante la década de los setenta, y más específicamente en el año de 1973, Davis Keith reflexiona que si bien la empresa debe actuar responsablemente estas "no están equipadas para realizar actividades sociales

y los gerentes están orientados hacia las finanzas y operaciones sin tener las habilidades para tomar decisiones de orientación social." (Duque, Cardona, & Rendón, 2013, p. 198). A esta reflexión se suma Milton Friedman 1970, quien calificó la responsabilidad social empresarial como "fundamentalmente una doctrina subversiva en una sociedad libre" citado (Pinillos & Fernández, 2011, p. 10), y planteó "que las responsabilidades sociales son individuales y no empresariales ya que la única responsabilidad de la compañía es incrementar los beneficios económicos de los accionistas." (Montoya & Martínez, 2012, p. 36)

Otro aporte durante esta década fue el propuesto por Archie Carroll en 1979, en su artículo "A three-dimensional conceptual model of corporate performance" quien desarrolla un concepto que integra "las expectativas económicas, legales, éticas, y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo" (Moura-Leite & Padgett, 2014, p. 5).

Para la década de 1980 otro aporte importante se da a partir de la evolución del concepto de la responsabilidad social empresarial que surge con los escritos de Edward Freeman (1984) quien publica "Strategic Management: A Stakeholder Approach", en contraste con la teoría de los shareholders (los accionistas) Freeman define a los *stakeholders* (los interesados) "como cualquier grupo a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa." (Moura-Leite & Padgett, 2014, p. 5).

En 1984 Peter Druker "propuso que la intención del negocio es crear bienes y servicios y que la utilidad representa un medio, un incentivo para lograr esta misión." (Raufflet, 2010, p. 28), es decir en la posibilidad de conseguir beneficios de la responsabilidad social y convertir el problema social en oportunidades económicas que pueden traducirse en riqueza.

Para diversos estudiosos, 1990 es la década del avance significativo. Surge la

teoría de los *stakeholders* con trabajos como "The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications" de Thomas Donaldson y Lee Preston (1995), los cuales "sostienen que el núcleo central de la teoría es normativo." (Bour, 2012, p. 19).

Para la década del 2000 según Duque, Cardona y Rendón (2013) "ingresan nuevas categorías en el concepto de RSE como lo son el desarrollo sostenible, la ética en los negocios, los negocios inclusivos, entre otras." (p. 199); Adicionalmente la competitividad se convierte en un nuevo enfoque que es presentado por Michael E. Porter y Mark R. Kramer (2006) en su trabajo titulado Estrategia y sociedad.

Dentro de este nuevo enfoque de la responsabilidad social empresarial, tiene un interesante desarrollo la administración estratégica y la competitividad, considerados en escritos de Peláez et al. (2014), quienes concluyen que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) responden a tres aspectos como son: contexto de la empresa, particularidades del proceso productivo y especificidad de sus grupos de interés. Por otra parte, investigadores como Gallardo et al. (2013), y Camacho (2015) concuerdan que la RSE constituye un factor determinante para el éxito competitivo de una empresa, así como la aplicación de prácticas socialmente responsables.

Dentro de este último quinquenio, Sayekti (2015) aporta un estudio en el cual existe una relación positiva entre el desempeño financiero de las empresas y las estrategias socialmente responsables. En éste sentido, Yıldırım y Metin (2016) manifiestan que las empresas invierten en RSE si les retribuyen un beneficio contable o les representan una ventaja competitiva. Otros estudios adicionales como el de Rhou et al. (2016) y Yuen y Lim (2016), argumentan que la poca conciencia de los *stakeholders* y la presencia de barreras para implementar la RSE, pueden dificultar que los esfuerzos en RSE sean valorados.

Por otra parte, Loosemore y Teck (2017), expone que existe poca evidencia de cómo

la empresa ejecuta la responsabilidad social empresarial, y según McWilliams et al. (2016), argumenta que hay poca investigación sobre cómo tomar decisiones socialmente responsables. Otros estudios recientes son las de Iivonen (2018) y Maniora (2018) quienes concuerdan que existen dificultades en la aplicación de prácticas socialmente responsables y la gestión administrativa.

Sin embargo, la relación entre gestión administrativa y prácticas administrativas se ha evidenciado en varios trabajos investigativos anteriormente expuestos, pero se ha encontrado que existen empresas que integran el constructo responsabilidad social empresarial en su filosofía estratégica más no lo ejecutan en la realidad, por lo que esta fisura entre el ser y el deber ser que se viene observando en las empresas, es el motivo central del presente estudio.

2. Metodología

2.1. Diseño metodológico

El diseño investigativo está basado, en el enfoque cuantitativo que es el más adecuado para comprobar una hipótesis, donde se plantea que la percepción de las prácticas administrativas socialmente responsables es independiente del desarrollo de estrategias, objetivos y metas desarrollados por las empresas.

Otro aspecto importante fue definir el tipo de alcance, para lo cual se consideró que el más viable, según las variables propuestas, consistía en establecer si existe una relación entre ellas como son la responsabilidad social y las estrategias aplicadas. Coincide este señalamiento con el planteamiento de Hernández et al. (2010) ya que el tipo de alcance que mejor se adapta es el correlacional.

Entre los métodos investigativos que se han aplicado para el presente estudio está el histórico-lógico, definido como la descripción sistemática de los hechos utilizado en el desarrollo de la fundamentación teórica, el analítico sintético que se conceptualiza como la

descomposición del objeto de estudio en datos individuales para luego integrarlas de forma holística, aplicado en el desarrollo de estadístico de tablas y gráficos del presente estudio.

Por último, en el desarrollo del diseño investigativo se procedió a identificar la población empresarial que fue tomada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del Directorio empresarial (2016) ver (cuadro 1), la misma que se proyectó para el año 2018 ver (cuadro 2), para posteriormente definir la muestra que se aplicaría en la provincia de Imbabura-Ecuador, ver (numeral 2.4 tamaño de la muestra).

2.2. Procedimientos de muestreo

Características demográficas del sector empresarial en la provincia de Imbabura.

Para elaborar la tabla de proyección empresarial de Imbabura, se ha tomado en cuenta la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) de las Naciones Unidas, y la base de datos del directorio de empresas de los años 2014, 2015, 2016, estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC) como población objeto de estudio, ver (cuadro 1), estos datos históricos se proyectaron a través del método en función de la fórmula del monto sugerida por Pineda (2011) para los años 2017 y 2018 con el propósito de determinar la tasa de crecimiento, para lo cual se despeja i de la siguiente ecuación.

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

i = Porcentaje de proyección

M = al último elemento (49.985)

C = al primer elemento (39.867)

n = Período histórico tomado en cuenta para la proyección (3 años)

Cuadro N° 1. Número de empresas determinadas en el INEC.

Año	Número de Empresas
2014	39.867
2015	44.887
2016	49.985

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction> (2016)

$$49.985 = 39.867 (1 + i)^{3-1}$$

$$i_{2018} = \sqrt[2]{\frac{49.985}{39.867}} - 1$$

$$i_{2018} = 0.1197$$

El resultado de 0.1197 es equivalente a 11.97% para el año 2017 y 2018 que se agrega al valor de referencia del año 2016 (49.985 empresas) dando como resultado para el año 2017 una proyección de 55.968 empresas y para el año 2018 aplicando la misma tasa de crecimiento, se proyecta a 62.667 empresas. A continuación esta información se la organizó por sectores económicos para su mejor identificación y aplicación de los instrumentos de medición.

Cuadro N° 2. Proyección de la clasificación de las empresas de Imbabura

CÓD	ACTIVIDAD ECONÓMICA	2016	PROYECCIÓN		
			tasa	2017	2018
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4687	11,97%	5248	5876
B	Explotación minas y canteras	44	11,97%	49	55
C	Industrias manufactureras	5377	11,97%	6021	6741
D	Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	13	11,97%	15	16
E	Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	42	11,97%	47	53
F	Construcción	2049	11,97%	2294	2569
G	Comercio, reparación automotores y motocicletas	17326	11,97%	19400	21722
H	Transporte y almacenamiento	5350	11,97%	5990	6707
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	4157	11,97%	4655	5212
J	Información y comunicación	307	11,97%	344	385
K	Actividades financieras y de seguros	60	11,97%	67	75
L	Actividades inmobiliarias	826	11,97%	925	1036
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	2045	11,97%	2290	2564
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	880	11,97%	985	1103
O	Administración pública y defensa, seguridad social	128	11,97%	143	160
P	Enseñanza	804	11,97%	900	1008
Q	Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	689	11,97%	771	864
R	Artes, entretenimiento y recreación	534	11,97%	598	669
S	Otras actividades de servicios	4667	11,97%	5226	5851
Total		49985	11,97%	55968	62667

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (2016).

2.3. Selección de participantes

Una vez consolidada la información, se procedió a clasificar la base de datos catastrales por unidades primarias (cantones), unidades secundarias (clasificador industrial internacional uniforme versión 4.0), y unidades finales (empresas), número que se selecciona de acuerdo con el tamaño proyectado de las unidades primarias.

Como parte del procedimiento se tomó en consideración empresas activas e inactivas, que fueron depuradas verificando que sus teléfonos y direcciones que no coincidían con las bases de datos proporcionadas en los catastros municipales.

2.4. Tamaño de la muestra

Tomando como base los resultados de la proyección empresarial para la provincia de Imbabura calculado en el cuadro 2 se tiene un estimado de 62.667 empresas para el año 2018, que sirvió como universo para el estudio. Posteriormente se calculó el tamaño de la muestra utilizando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \left[\frac{E^2}{K^2} \right] + P \cdot Q}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la Población (62.479 empresas)

P= probabilidad de que el evento ocurra (0,5) o 50%

Q= probabilidad de que el evento no ocurra (0,5) o 50%

E= margen de error 0,05 o 5%

K= nivel de confianza 1,96

$$n = \frac{62.667 \times 0,5 \times 0,5}{[(62.667 - 1) \left(\frac{0,05^2}{1,96^2} \right)] + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n=381,83 \cong 382 \text{ encuestas}$$

2.5. Medición de variables

Para la presente investigación se tomó como referencia los conceptos sobre Responsabilidad Social Empresarial plasmados en las siete materias de la ISO 26000 considerando cada variable dependiente en base a cada materia como se muestran a continuación.

Cuadro 3. Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Tipo	Escala	Pregunta
Dirección estratégica		Cuantitativa	Nominal*	Desarrolla estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.
		Cuantitativa	Nominal	Demuestra compromiso y rendición de cuentas por parte de los líderes.
Crear una atmósfera		Cuantitativa	Nominal	Crea y promueve un ambiente en los que se practiquen los principios de la responsabilidad social.
		Cuantitativa	Nominal	Crea un sistema de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño en responsabilidad social.
Nutrir la atmósfera		Cuantitativa	Nominal	Usa eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos.
		Cuantitativa	Nominal	Promueve oportunidades justas para que los grupos minoritarios, (incluyendo mujeres y grupos raciales y étnicos), puedan ocupar cargos directivos de la organización.
Gobernanza de la organización (**)		Cuantitativa	Nominal	Equilibra las necesidades de la organización y sus partes interesadas, incluidas las necesidades inmediatas y aquellas de las generaciones futuras.
		Cuantitativa	Nominal	Establece procesos de comunicación en dos direcciones con sus partes interesadas, identificando áreas de acuerdo y desacuerdo y negociando para resolver posibles conflictos.
Promover la participación		Cuantitativa	Nominal	Promueve la participación eficaz de los empleados de todos los niveles, en las actividades de la organización relacionadas con la responsabilidad social.
		Cuantitativa	Nominal	Equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de la organización.
Monitoreo		Cuantitativa	Nominal	Mantiene registro de la implementación de las decisiones para asegurar que dichas decisiones se llevan a cabo de manera socialmente responsable.
		Cuantitativa	Nominal	Revisa y evalúa, periódicamente, los procesos de gobernanza de la organización; adaptar los procesos en función del resultado de las revisiones y comunicar los cambios a toda la organización.

Fuente. Elaborado por los autores. * Para las escalas nominales se ha determinado dos niveles 1 para SI y 0 para No. (**) En la encuesta se cambió por "Prácticas administrativas" para que sea más entendible.

2.6. Recolección de datos

El procedimiento que se optó fue el de muestreo probabilístico polietápico, con la selección al azar de las unidades primarias

(cantones), de las unidades secundarias (parroquias) y las unidades finales (personas).

En la primera etapa se dividió la muestra calculada por actividad principal de acuerdo al CIU. Posteriormente se distribuyó por cantones, parroquias y barrios en forma proporcional al catastro de cada cantón.

En la segunda etapa se seleccionó una muestra simple de los negocios identificados en las parroquias de cada uno de los seis cantones que conforman la provincia de Imbabura.

En una siguiente etapa de acuerdo con los sectores seleccionados, se aplicó al número de personas que se estableció en la tabla de distribución de la muestra a través un procedimiento aleatorio contabilizando cada enésima vez, si el sector lo ameritaba. En caso de rechazo, inexistencia o inexactitud de las direcciones de los encuestados, u otros impedimentos para realizar la encuesta, la persona seleccionada fue remplazada, siguiendo el procedimiento aleatorio simple.

Finalmente, la cuarta etapa consistió en aplicar la encuesta a las unidades finales. Las personas encuestadas fueron seleccionadas por su cercanía a los sectores empresariales de forma aleatoria tanto en el sector urbano como en el sector rural, a través de una tabla de asignación adecuada para cada cantón. Al encuestado elegido se aplicó un filtro para conocer si habita en el sector, de no ser así se finalizaba la encuesta.

2.7. Validación del instrumento

La validez de contenido se realizó a través del juicio de expertos, aplicando el método Delphi, realizándolo en tres fases: a) selección y construcción de los instrumentos a evaluar; b) selección de los expertos, aplicando un coeficiente de competencia del experto y; c) validación del instrumento a través del modelo de Torgerson Campistrous, (1998) citado en (Cruz & Martínez, 2012). La consulta se realizó a cinco (5) expertos especialistas con título de Maestría en Administración, y Educación, de los cuales

tres (3) alcanzaron el desempeño en los valores del coeficiente de competencia de 0,8875 para estudiar, analizar, dar criterios válidos y confiables sobre el trabajo elaborado.

3. Resultados y discusión

El primer resultado obtenido fue en materia de gobernanza de la organización al preguntar si se implementan las prácticas administrativas socialmente responsables, el cual se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 4. Implementación de las prácticas administrativas socialmente responsables por cantones.

variable	Cantón					
	Antonio Ante	Cotacachi	Ibarra	Otavaló	Pimampiro	Urcuquí
Implementación de prácticas administrativas socialmente responsable NO	73,20%	31,60%	62,70%	66,70%	100,00%	60,00%
Implementación de prácticas administrativas socialmente responsable SI	26,80%	68,40%	37,30%	33,30%	0,00%	40,00%

Fuente: elaboración propia.

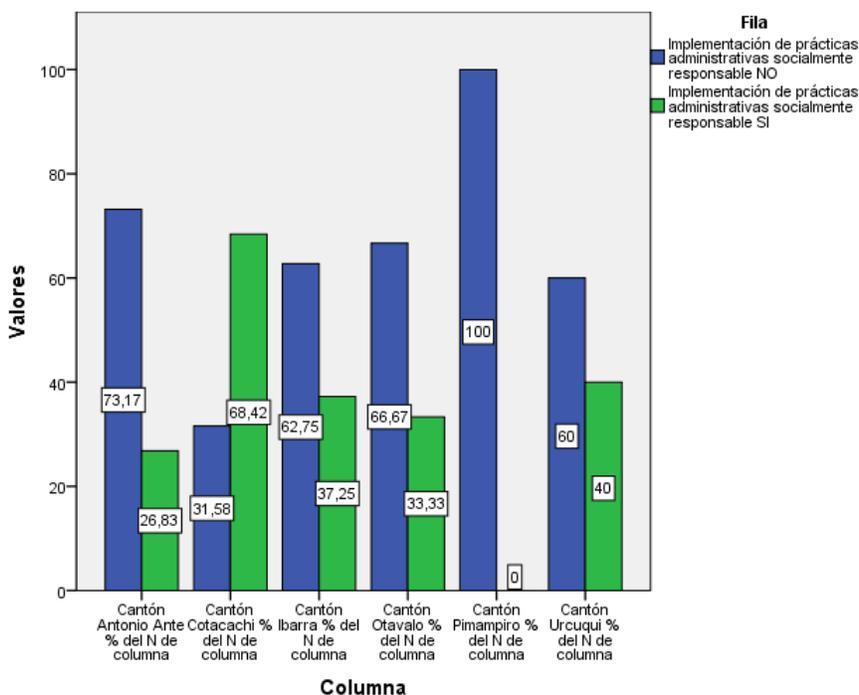


Gráfico N° 1. Implementación de las prácticas administrativas socialmente responsables por cantones. Fuente: elaboración propia.

El segundo resultado obtenido es si las empresas mantienen en su filosofía estratégica conceptos de responsabilidad social obteniendo lo siguiente.

Cuadro N° 5. Desarrollo estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social

Variable		Cantón					
		Antonio Ante	Cotacachi	Ibarra	Otavalo	Pimampiro	Urcuqui
Desarrolla estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.	NO	72,7%	33,3%	66,5%	69,3%	100,0%	80,0%
	SI	27,3%	66,7%	33,5%	30,7%	0,0%	20,0%

Fuente: elaboración propia.

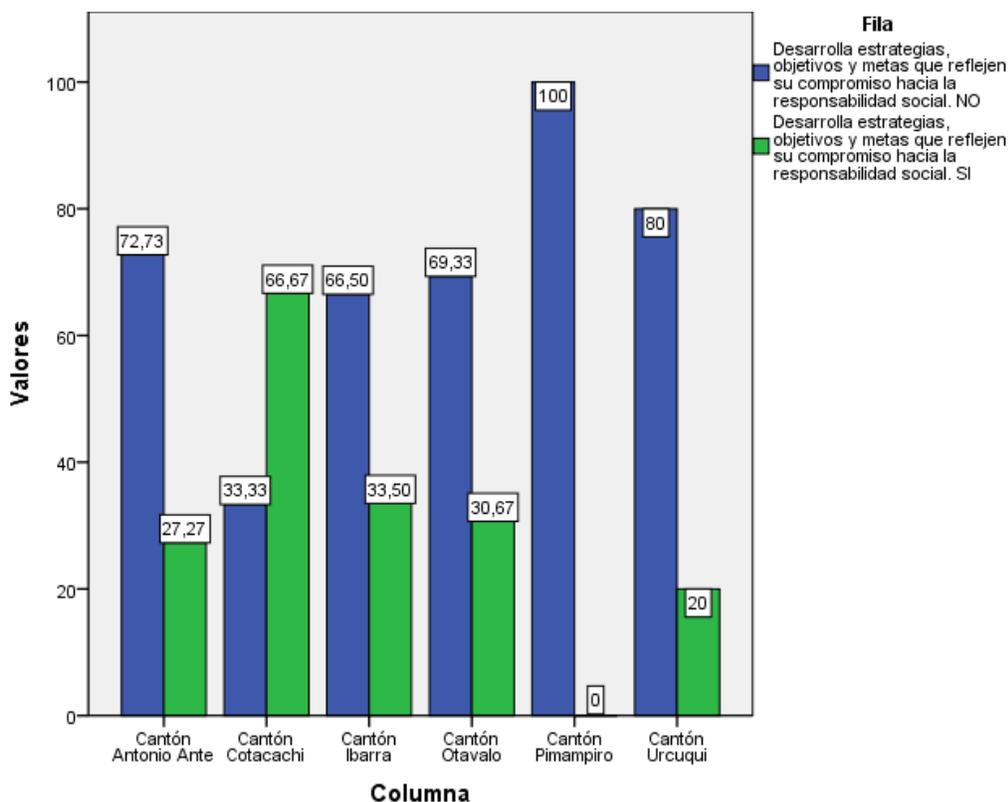


Gráfico N° 2. Desarrollo estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social. Fuente: elaboración propia.

3.1. Análisis inferencial y prueba de hipótesis

El análisis de las hipótesis parte del supuesto, de que las variables determinadas son independientes, y por lo tanto no están relacionadas entre sí. Considerando que para esta investigación se planteó un nivel de confianza del 95% lo que equivale a un margen de error del 5%.

Para la comprobación de las hipótesis se aplicó la prueba de hipótesis Chi-Cuadrado, en la materia de gobernanza de la organización, para lo cual se desarrolló la pregunta codificada como: P.1.1. Implementación de prácticas administrativas socialmente responsable, a través de la cual se busca establecer la asociatividad con las siguientes variables:

Pregunta P.2.1. Desarrolla estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.

¿Qué relación existe entre las prácticas administrativas socialmente responsables y el desarrollo de estrategias, objetivos y metas?

¿La percepción práctica administrativa socialmente responsables, depende del desarrollo de estrategias, objetivos y metas?

H0: La percepción práctica administrativa socialmente responsables son independientes del desarrollo de estrategias, objetivos y metas

H1: La percepción práctica administrativa socialmente responsables están relacionadas con el desarrollo de estrategias, objetivos y metas

Variable dependiente: prácticas administrativas RSE

Variable independiente: filosofía estratégica.

H0: p-valor < 0,05

H1: p-valor > 0,05

Con el propósito de contestar las preguntas planteadas en este estudio, de la muestra de 423 encuestas, se obtuvo como resultado si la información que se usará para comprobar la hipótesis está correlacionada entre la variable de responsabilidad social y

el desarrollo estratégico que se aplica en una empresa.

La prueba que se ha utilizado para comprobar la asociatividad entre las variables es la ji-cuadrado, es decir probar si más de dos proporciones de la población pueden ser consideradas iguales .

¿La percepción prácticas administrativas socialmente responsables depende del desarrollo de estrategias, objetivos y metas?

Cuadro N° 6. Tabla de contingencia desarrollo de estrategias, objetivos y metas de RSE

		Implementación de prácticas administrativas socialmente responsable		Total	
		NO	SI		
Desarrolla estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.	NO	Recuento	258	26	284
		Recuento esperado	181,3	102,7	284,0
	SI	Recuento	12	127	139
		Recuento esperado	88,7	50,3	139,0
Total		Recuento	270	153	423

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 7. Resultados de la ji-cuadrado

	Valor	g	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	273,205 ^a	1	,000	,000	,000	
Corrección de continuidad ^b	269,656	1	,000			
Razón de verosimilitud	298,023	1	,000	,000	,000	
Prueba exacta de Fisher				,000	,000	
Asociación lineal por lineal	272,559 ^d	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	423					

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 50,28.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

c. Para la tabulación cruzada 2x2, se proporcionan resultados exactos, en lugar de resultados Monte Carlo.

d. El estadístico estandarizado es 16,509.

Fuente: elaboración propia.

El análisis se basa en los datos obtenidos de la muestra aplicada en el presente estudio, con el propósito de comprobar si los parámetros hipotéticos recogidos a través de un grupo de preguntas dicotómicas son independientes entre sí, para lo cual se plantean las siguientes hipótesis:

H0: La percepción de prácticas administrativas socialmente responsables son independientes del desarrollo de estrategias, objetivos y metas.

H1: La percepción práctica administrativa socialmente responsables están relacionadas con el desarrollo de estrategias, objetivos y metas

Según Levin y Rubin (2010) al aplicar un ji-cuadrado si su p-valor (significación asintótica) es menor que el margen de error se aceptaría que las variables están asociadas (H_1). Caso contrario si este p-valor es mayor que el margen de error en ese caso se aceptaría que las variables son independientes (H_0).

Siguiendo el procedimiento antes descrito, se utilizó el software estadístico IBM-SPSS versión 23, mediante el cual se calculó el ji-cuadrado obteniendo como resultado que el p-valor (Significación asintótica) 0,000%, es menor al margen de error del 5%, dando como inferencia que las respuestas están asociadas a las variables (cuadro 7).

Es decir, que la variable que desarrolla un marco estratégico que refleja su compromiso hacia la responsabilidad social con la variable de implementación de prácticas administrativas socialmente responsable, está correlacionada en una respuesta negativa, confirmada por el estudio descriptivo.

En este caso, se explica que las empresas al no desarrollar una filosofía con responsabilidad social (cuadro 5) este fenómeno influye directamente en la implementación (cuadro 4), es consecuente que exista una percepción de las empresas de no ser socialmente responsables, el mismo que inferencialmente se ha demostrado en los resultados del ji-cuadrado (cuadro 7).

Existen varios trabajos que han investigado acerca de la responsabilidad

social empresarial y han profundizado en la asociatividad de variables tal es el caso de Alvarado y Schlesinger (2008) quienes en un trabajo sobre la dimensionalidad del RSE sobre la imagen, han planteado la necesidad de realizar trabajos que correlacionen variables o dimensiones, asociadas al *marketing*. Siendo el presente trabajo de similitud característica por la búsqueda de asociatividad de variables pero diferenciándose en la dimensión de gobernabilidad de la responsabilidad social empresarial.

Otro trabajo de inferencia y correlación de variables es el de Lopes de Oliveira y Moneva (2013), quienes trabajaron en la asociatividad de variables en el campo financiero, para lo cual utilizaron el método de Pearson como estrategia metodológica para demostrar que existe una relación entre inversión en programas sociales y beneficios del ejercicio.

En materia de gobernanza organizacional, en la cual también se enfoca este trabajo, hay un trabajo de inferencia correlacional de Mancilla y Saavedra (2015), pero que se diferencia porque las variables de estudio son características de las empresas y principios de responsabilidad social.

En la misma línea, otro trabajo que estudia la correlación de variables es el de Martínez, et al (2015) plantea que las variables de diversidad nacional están relacionada con un mayor compromiso social, mediante métodos de correlación bivariado se demostró que hay un impacto positivo pero que son independientes.

Por otra parte, Giraldo (2008) presenta una investigación de tipo descriptiva centrándose en presentar características de la responsabilidad social, la percepción del significado de RSE, y de las estrategias organizacionales relacionadas con el RSE, sin embargo, este trabajo se diferencia del presente estudio en su alcance que es correlacional y la metodología que se basa en la diferenciación de las variables.

Luego de recoger los datos para el presente estudio empírico, y de comprobar

que existe una relación entre las variables a través de la prueba del ji-cuadrado ver (cuadro 7); se procedió a realizar el respectivo análisis de la estadística descriptiva de las variables correlacionadas, determinando que las empresas en Imbabura mayoritariamente no aplican prácticas administrativas con responsabilidad social, estadística que se puede constatar directamente ver (cuadro 4); adicionalmente a esta afirmación se suma la evidencia recogida durante la evaluación de las variables mediante la aplicación del ji-cuadrado ver (cuadro 7), demostrando que el desarrollo estratégico influye en las prácticas de responsabilidad social empresarial en la provincia de Imbabura. Aunque no positivamente, cómo se hubiera esperado, pero él no considerar a la RSE como parte de la filosofía estratégica de una empresa, no permite que se lleve a cabo acciones importantes vinculadas con la responsabilidad social empresarial y sus bondades.

Sin embargo, por qué una empresa no coordina acciones que permitan implementar actividades de responsabilidad social, algunos autores como López (2013) consideran "que los costos en los que incurre una organización para implementar acciones responsables son considerables," (p. 52) y que estos les conlleva a las empresas según Mellado (2009) a decidir entre el "desarrollo económico por sobre el desarrollo social," (p. 32), Arrow 1974 citado por (Brunet, 2011) lo explicaba en la teoría de los costos transaccionales, estableciendo que una empresa racional no incurre en una inversión, si los resultados que se pueden obtener pueden ser nulos. Es por ello, que las empresas se limitan a que "La mayoría de las acciones registradas (...) están relacionadas con cumplir los compromisos establecidos o los mínimos requeridos por la ley." (Giraldo, 2008, p. 57).

Otro aspecto del problema según Naranjo et al. (2018) es que las empresas "no cuentan con recursos suficientes para invertir en programas o implementar políticas de acción responsable." (p. 926), también

Rodríguez et al. (2008) "hacen referencia a la escasez de recursos humanos con los que cuenta" una empresa. Situación que se puede explicar claramente a través de la teoría de recursos y capacidades, en donde "Los recursos son medios aislados, necesarios pero no suficientes para alcanzar los fines de la compañía, mientras que las capacidades integran recursos de diferente naturaleza para llevar a cabo actividades productivas" (Brunet, 2011, p. 152), lo que quiere decir es que las empresas deben disponer de recursos y de capacidades para aplicar correctamente las prácticas administrativas con responsabilidad social, y que de acuerdo con la evidencia recogida, la mayor parte de las empresas del sector Imbabureño no las poseen.

También se debe considerar que una empresa responde con acciones positivas o negativas según el medio en el que se desarrolla, Zapata (2015) explica que la teoría de la contingencia organizacional se da cuando "Las empresas pueden responder de forma distinta a un mismo conjunto de factores" (p. 195), y la falta de estrategias socialmente responsables según Romero y Mosquera (2018) está basado en la toma de las decisiones, que no está influenciado por el entorno para dar una respuesta favorable a la RSE. Por lo tanto, una empresa no diseña un plan estratégico con misión, visión y objetivos, si no existe una amenaza o una debilidad que considere importante responder.

Finalmente, la teoría de la apropiación de las rentas originadas por los recursos influye en la actitud de los empresarios, Suárez et al. (2002) plantean que "Las rentas que originan los recursos y capacidades dependen no sólo del mantenimiento de la posición competitiva en el tiempo, sino también de la habilidad de la empresa de apropiarse de esas rentas", planteamiento que ha sido una de las principales preocupaciones de los empresarios con respecto a la RSE, en lo que respecta a la obtención ganancias por invertir en prácticas socialmente responsables.

4. Conclusiones

Como fundamento en el que se basa la empresa y en la que se concuerda con varios trabajos investigativos, es la de crear valor para todos sus *stakeholders*. Para alcanzar esto, es necesario que las empresas materialicen la teoría en el desarrollo de una filosofía estratégica, enmarcada en los principios de una responsabilidad socialmente comprometida y que por ahora no es totalmente aceptada entre los empresarios de la provincia de Imbabura.

Se debe considerar que hace falta mayor compromiso por parte de los empresarios para integrar conceptos de sostenibilidad y sustentabilidad en sus estrategias. Acciones que llevan implícita la confianza y compromiso con las comunidades en las cuales desarrollan sus actividades comerciales.

Ante los señalamientos hechos, hay que considerar que la responsabilidad social incorpora aspectos sociológicos que están relacionados con la dinámica social y económica de un sector y responde a tendencias culturales, educativas y emocionales. Es importante establecer que los empresarios responden a la dinámica social elaborando estrategias como contingentes en respuesta a estos factores.

La inversión social está condicionada a factores de capacidad y recursos por lo que los empresarios Imbabureños, prefieren elaborar estrategias para responder contingentemente a factores que pueden ser impuestos por la tendencia social, o cultural del momento en el cual vive la ciudadanía.

La participación de las empresas en la comunidad no es positiva debido a que los empresarios no ven oportunidades económicas. Esta postura está basada en teorías como las del riesgo y la apropiabilidad las cuales consideran que invertir en la comunidad no genera ningún valor económico.

Una de las mejores formas de participar en la comunidad, es la creación de empleo, pero ésta variable está influenciada por la

tendencia de la política económica y debido a una recesión económica, que es generalizada a nivel local, nacional y regional, se debe considerar que no han sido positivos los resultados obtenidos en el presente estudio.

Es de hacer notar que la aplicación de estrategias de responsabilidad social empresarial es importante ya que favorece el desempeño financiero y económico de las empresas y consolidan la imagen corporativa de las mismas, otro beneficio que obtienen las empresas al aplicar acciones socialmente responsables es que sus consumidores, proveedores y trabajadores se sienten más satisfechos y comprometidos con la filosofía y cultura corporativa, el emprender acciones socialmente responsables constituye un factor de competitividad e innovación que incrementa la satisfacción y reconocimiento de la sociedad.

5. Referencias

- Alvarado, A., y Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59.
- Bour, E. (2012). Responsabilidad Social de la Empresa análisis del concepto. *Estudios Económicos*, 29(1), 1-30. Recuperado de <http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/pdf/e/v29n59/v29n59a02.pdf>
- Brunet, I. (2011). *Creación de Empresas: emprendimiento e innovación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Camacho, J. (2015). La Normas de Responsabilidad Social. Su Dimensión en el Ámbito Laboral de las Empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*.
- Cruz, C. (2007). *Los determinantes y las consecuencias de las estrategias de innovación; un análisis del sector manufacturero y de servicios de España*

- (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Ballaterra.
- Cruz, M., y Martínez, M. (2012). Perfeccionamiento de un instrumento para la selección de expertos en las investigaciones educativas. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14(2), 167-179.
- Donaldson, T., y Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: conceptos, evidence and implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Duque, Y., Cardona, M., y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Falkenberg, J., y Brunsael, P. (2011). Corporate Social Responsibility: A Strategic Advantage or a Strategic Necessity? *Journal of Business Ethics*, 99, 9-16.
- Ferrell, A., Liang, H., y Renneboog, L. (2016). Socially responsible firms. *Journal of Financial Economics*, 585-606.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management. a stakeholder approach*. New York: Cambridge University Press.
- Gallardo, D., Sánchez, M., y Martínez, M. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la responsabilidad social empresarial corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Spanish Accounting Review*.
- Giraldo, G. (2008). Responsabilidad social empresarial en Antioquia. *Revista Universidad EAFIT*, 44(1), 38-59.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill.
- Iivonen, K. (2018). Defensive Responses to Strategic Sustainability Paradoxes: Have Your Coke and Drink It Too! *Journal of Business Ethics*, 148(2), 309-327. doi:10.1007/s10551-017-3580-9
- Levin, R., y Rubin, D. (2010). *Estadística para administración y economía* (7a ed.). (M. González, Trad.) México: Pearson Educación S.A.
- Loosemore, M., y Teck, B. (2017). Mapping corporate social responsibility strategies in the construction and engineering industry. *Construction Management and Economics*, 67-82. doi:10.1080/01446193.2017.1326616
- Lopes de Oliveira, M., y Moneva, J. (2013). El Desempeño Económico financiero y responsabilidad corporativa social. *Contaduría y Administración*, 58(1), 131-167.
- López, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: Caso México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 6(6), 39-54.
- Mancilla, M., y Saavedra, M. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y Administración*, 60(1), 486-506.
- Maniora, J. (2018). (en prensa). Mismanagement of Sustainability: What Business Strategy Makes the Difference? Empirical Evidence from the USA. *Journal of Business Ethics*, 1-17.
- Martínez, J., Vaquero, L., Cuadrado, B., y García, I. (2015). El gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial corporativa en el sector bancario: el papel del consejo de administración. *Investigaciones Europeas, de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(1), 129-138.
- McWilliams, A., and Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 117-127.
- McWilliams, A., Parhankangas, A., Coupet, J., Welch, E., and Barnum, D. (2016). Strategic Decision Making for the Triple Bottom Line. *Business Strategy and the Environment*, 25(3), 193-204.
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social

- Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 23-33.
- Milian, L. (2015). *Responsabilidad Social Corporativa. Origen y evolución del concepto de RSC en el entorno empresarial europeo y español. [tesis]*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Montoya, B., y Martínez, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales*. México D.F.: Konrad Adenauer Stiftung. Recuperado de http://www.kas.de/wf/doc/kas_37565-1522-4-30.pdf?140425034037
- Moura-Leite, R., y Padgett, R. (2014). La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico. *Revista Espacios*, 35(5), 1-10. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a14v35n05/14350409.html>
- Naranjo, R., Mercado, N., Naranjo, O., y Giraldo, M. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 23(84), 913-927.
- O'Connor, J. (2017). *Senderos de la racionalidad limitada en la crisis suprime [tesis]*. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella.
- Peláez, J., García, M., y Azuero, A. (2014). La relación estratégica entre gestión humana y la responsabilidad social empresarial: avances de una explicación en un caso colombiano. *Suma de Negocios*.
- Pineda, L. (2011). *Modulo Seis: Administración de la producción de Bienes y Servicios*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Pinillos, A., y Fernández, J. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, 207(1), 5-21. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/297757785>
- Porter, and Kramer. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive. *Harvard Business Review*, 78-92.
- Raufflet, E. (2010). Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: una perspectiva histórica y conceptual. *Cuadernos de Administración* (43), 23-32. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25017552002>
- Rhou, Y., Singal, M., and Koh, Y. (2016). CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 57(1), 30-39.
- Rodríguez, R., Dopico, A., y González, E. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un acercamiento a la realidad empresarial de Galicia. *Universidad, Sociedad y Mercados Globales*, (págs. 309-324). Salvador de Bahía: Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa. International Conference. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2751754>
- Romero, W., y Mosquera, A. (2018). RSE: Un elemento para la toma de decisiones organizacionales en el nuevo milenio. En A. Ocampo, y R. Rivera, *Responsabilidad social, sustentabilidad y medio ambiente* (pág. 322). Málaga: Universidad de Málaga.
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 16(1), 179-195.
- Sayekti, Y. (2015). Strategic corporate social responsibility (CSR), company financial performance, and earning response coefficient: Empirical evidence on indonesian listed companies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 411-420.
- Suárez, J., y Ibarra, S. (2002). La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Anales de estudios económicos y empresariales*(15), 63-89. Recuperado de

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/19783>

- Yildirim, M., y Metin, M. (2016). How the process of the CSR activities works on private hospitals: Case study from strategic perspective. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 46-59.
- Yuen, K., y Lim, J. (2016). Barriers to the implementation of strategic corporate social responsibility in shipping. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 32(1), 49-57.
- Zapata, G. (2015). El tamaño y la estructura de la organización: Un estudio teórico y empírico con el enfoque contingente. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(34), 193-208.