



**"TIPOS DE CULTURA Y DIMENSIONES DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL**

PRESENTA

JOSÉ FRANCISCO HERRERA ACOSTA

CIUDAD OBREGÓN, SONORA

AGOSTO DE 2020

DEDICATORIA

Esta investigación, va dedicado con mucho cariño a mi padre, quien, con su coraje y determinación, ayudo a mis hermanas y a mí, a alcanzar un logro importante en nuestras vidas, nuestra titulación universitaria.

Esta investigación, va dedicado con todo mi corazón a mi madre, quien, con sus palabras de afecto, una sonrisa, un abrazo o una broma, siempre nos animó para seguir adelante y nunca rendirnos.

Esta investigación, va dedicado a mis hermanas mayores, quienes con su ejemplo me enseñaron a ser una persona íntegra, madura, y profesional.

Esta investigación, va dedicada a mis abuelos, a los que están y a los que ya se fueron, gracias a su amor, a su cariño y a sus enseñanzas, soy la persona que soy, fuerte, amable y comprometida.

Esta investigación, va dedica a mi amor, ya que, con su apoyo incondicional, con una sonrisa, un abrazo, unas palabras de aliento, encontraba esa motivación que tanto me hacía falta en momentos de desesperación.

Esta investigación, va dedicada a mi asesora, por impulsarme en momentos de suma importancia en mi carrera universitaria.

Esta investigación, va dedicada a todas las personas que entraron, que se quedaron y que salieron de mi vida, a lo largo de estos años, gracias a ustedes, ya que sin ustedes yo no sería lo que soy, gracias.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecerle a Dios por prestarme vida, a lo largo de estos años, por dejarme dormir y despertarme todos los días, y poder alcanzar este logro.

Quiero agradecer a mis padres, ya que yo sin ustedes, sin sus regaños, sus palabras, su determinación, no hubiera logrado nada en mi vida, porque ustedes me enseñaron a no conformarme, a ser lo más grande que se pueda ser, que a pesar de las adversidades se debe de seguir adelante, y que la grandeza está en cada uno de nosotros, solo necesitamos liberarla.

Quiero agradecer a mis hermanas, que, aunque tengamos muchas diferencias, siempre me enseñaron el buen camino, siempre llenaron mi corazón de orgullo por sus logros, y yo espero poder hacer lo mismo por ellas.

Quiero agradecer a mis abuelos, porque su sabiduría, su amor y su cariño jamás se borrarán de mi corazón, porque ellos me bendicen todos los días, para que yo pueda ser un gran hombre.

Quiero agradecer a mi amor, porque, aunque tenemos diferencias, siempre encontramos la manera de apoyarnos, de cómo ayudarnos cuando más lo necesitamos, quiero agradecerle, porque como siempre te lo dije, somos un equipo, y estamos para ayudarnos, te amo y muchas gracias.

Quiero agradecer a mi asesora, porque gracias a ella, esto pudo ser posible, en base a su guía, estoy a punto de lograr la culminación de un gran logro, gracias a sus enseñanzas, a sus regaños, a sus consejos y a su disposición de tiempo, pude lograr este proyecto de investigación. A todos ustedes ¡Muchas gracias!

RESÚMEN

Las teorías organizacionales a través de los años han creado una gran cantidad de fenómenos, a destacar la sistematización, estructuración y burocracia. Derivando así, la generación de nuevas variables, tal es el caso de la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional, que, a lo largo de la historia, han sido estudiadas en una gran cantidad de ocasiones, ya sea, por medio de correlaciones, regresiones lineales, análisis de varianza, entre otros. El objetivo del presente documento de investigación es el de analizar si existe una diferencia estadística entre los tipos de cultura organizacional y las dimensiones de responsabilidad social a las que están enfocadas las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora, México. Los resultados especifican que la mayoría de la población encuestada, pertenece a una cultura tipo jerárquica y de mercado; además de que sugiere que no existe una diferencia estadística entre los tipos de cultura y dimensiones de responsabilidad social. En conclusión, se puede decir que existe una problemática real en el rubro de la cultura socialmente responsable, pues las empresas se han encargado de aplicar estas dos variables de una manera superficial, enfocándose en aspectos legales y económicos solamente.

ÍNDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. ANTECEDENTES.....	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	19
1.4. OBJETIVO.....	22
1.5 HIPÓTESIS.....	22
1.6. DELIMITACIONES.....	23
1.7. LIMITACIONES.....	23
CAPÍTULO II. MARCO DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1. MARCO CONTEXTUAL.....	24
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	32
2.2.1. CULTURA ORGANIZACIONAL.....	32
2.2.2. IMPORTANCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL.....	34
2.2.3. MODELOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL.....	35
2.2.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	38
2.2.5. IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	40
2.2.6. DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	41
2.3. MARCO REFERENCIAL.....	43
2.3.1. INVESTIGACIONES DESARROLLADAS CON MÉTODOS PARAMÉTRICOS.....	44
2.3.2. INVESTIGACIONES DESARROLLADAS CON MÉTODOS NO PARAMÉTRICOS.....	47
CAPÍTULO III. MÉTODO	49
3.1. SUJETOS.....	50

3.2. MATERIALES.....	50
3.3. PROCEDIMIENTO.....	53
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	56
4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	56
4.1.1. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	58
4.2. DISCUSIÓN.....	61
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
5.1. CONCLUSIONES.....	71
5.2. RECOMENDACIONES.....	74
ANEXOS.....	78
APÉNDICES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS EN MÉXICO.....	28
TABLA 2. DIMENSIONES DE CARROLL RSE.....	41
TABLA 3. DIMENSIONES DE RSE SEGÚN EL LIBRO VERDE DE LA CCE.....	42
TABLA 4. DIMENSIONES DE LA RSE SEGÚN LA NORMA ISO 26000.....	43
TABLA 5. OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	51
TABLA 6. ALFA DE CRONBACH DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
TABLA 7. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS...	57
TABLA 8. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS GERENTES PARTICIPANTES..	58
TABLA 9. TIPOS DE CULTURA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	59
TABLA 10. RELACIÓN TIPOS DE CULTURA Y DIMENSIONES DE RSE.....	60
TABLA 11. SIGNIFICANCIA ASINTÓTICA BILATERAL DE LOS GRUPOS.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. MODELO DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE CAMERON Y QUINN.....	36
FIGURA 2. MODELO DENISON, JANOVICS, YOUNG Y CHO.....	37
FIGURA 3. MODELO SCHEIN	38

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En el siguiente apartado, se dará una breve orientación acerca de la temáticas que se pretende abordar en la presente investigación, esto con la finalidad de que el lector comprenda de manera clara, acerca de la historia y antecedentes de la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional, además de entender el problema que derivo el proyecto, las razones por las que se debe de realizar y su finalidad, los resultados que se esperan encontrar y a lo que el estudio se va delimitar para su desarrollo.

1.1. Antecedentes.

A finales del siglo XIX y comienzos del XX, inicia una de las épocas más interesantes en el ámbito organizacional; ya que, existieron diversas necesidades que obligaron a los teóricos a desarrollar aportaciones científicas que pudieran satisfacer las necesidades de las industrias, pues su situación en aquel tiempo era de incertidumbre y falta de productividad, modificando de tal manera a una visión rígida y capitalista. A destacar una de las teorías que realizó cambios contundentes en la operación de las industrias; conocida como la Administración Científica del Trabajo, que es considerada en la actualidad una de las aportaciones más importantes en el rubro de las ciencias sociales (Ibarra y Montaña, 1987). Esta teoría se caracterizada por analizar el

comportamiento interno en las organizaciones, las motivaciones de los operarios, la metodología de trabajo, y el estudio de las problemáticas globales de la organización en esa época, la búsqueda por un mayor índice de productividad y dar eficiencia a lo que se realizaba y se utilizaba. Se debe señalar que, esta aportación percibía al hombre como una herramienta de producción, o maquinaria que serviría para lograr los objetivos deseados de las organizaciones; entonces, ante este contexto, nace la sistematización del trabajo, especialmente en las organizaciones del sector industrial (Taylor, 1983).

Posterior a esto, se desarrolla la Teoría Clásica de la Administración, que exponía catorce principios administrativos por los que se debían regir las organizaciones; por otra parte, en la teoría se puede apreciar cómo se estandarizan las áreas o funciones primordiales que deben existir en cualquier empresa; además, se analizan los conocimientos técnicos y administrativos de los puestos de trabajo; se desarrolló la estructura jerárquica de los sistemas organizacionales; y se creó un proceso administrativo. En sí, esta teoría reforzó la operación de la industria por procesos y principios (Fayol, 1987). Finalmente, otra de las teorías que marcaron la visión organizacional del siglo XX, la Teoría de la Burocracia, pues consolidó las llamadas *organizaciones formales* mediante la teoría de la burocracia de Weber rigiendo las actividades a desarrollar dentro de las organizaciones industriales por medio de normas, reglas, políticas o procedimientos; dicha teoría buscaba el máximo de la eficiencia industrial ante el conocimiento técnico, siendo denominados estos de igual manera como sistemas burócratas, en donde, los altos directivos eran quienes tenían el mayor beneficio (Weber, 1922).

Ante esta situación, nacen las organizacionales formales o basadas en la burocracia, que estaban principalmente preocupadas por aumentar sus índices de productividad, manejar los tiempos de manera eficiente, establecer procesos y extensas jornadas laborales, entre otras cosas. Las empresas comienzan a producir más y por lo tanto obtienen mejora en sus ingresos por la venta de estos, sin embargo, al estar produciendo durante largas jornadas laborales, consumían gran cantidad de recursos,

produciendo de esta manera altos índices de contaminación, ya que, Chaves (2004) señala que en Inglaterra para la operación industrial, se producían más de 100,000 millones de toneladas de carbón anuales, afectando de esta manera indicadores de aire y suelo, teniendo repercusiones en la vida de las personas que residían alrededor de estas industrias. Otro aspecto a considerar, es como por medio de la sistematización y el avance de las tecnologías se cambió la energía humana, por las capacidades industriales, utilizándose instrumentos mecánicos e inanimados, necesitando más energía consumida por medio de los recursos naturales. Por otro lado, Pérez (1999) especifica que comenzó a nacer un descontento en las personas que residían en las mismas comunidades que las industrias, pues los suelos que eran fértiles, comenzaron a deteriorarse, y la actividad agrícola disminuyó, por lo tanto, aquellas personas que se dedicaban a la agricultura, realizaron las primeras demandas ante la actividad industrial.

Y esto solo fue el comienzo, pues posterior a las demandas, las organizaciones industriales tuvieron una disminución de ingresos por las huelgas generadas, estas divididas en dos rubros. En el siglo XX, específicamente en Europa y Estados Unidos, se origina este movimiento social, primero de manera interna por medio de los trabajadores de estas organizaciones, esto debido a que estaban descontentos por diversas situaciones, por ejemplo, el mal trato de los altos directivos o los llamados burócratas; las extensas jornadas laborales; los altos niveles de estrés y presión a los que estaban sometidos; y las malas condiciones laborales que se presentaban dentro de las empresas, ya que, cuando un trabajador tenía un accidente dentro de la empresa, los altos directivos no tomaban responsabilidad ante esta situación, alegando que era por negligencia del operador, dejando su salud a la deriva (Clark, 1916). En segundo, de manera externa por medio de sus clientes, ya que, presentaban inconformidades por ciertos productos de baja calidad que dañaban la salud de quienes lo consumían, al no tener normas de calidad establecidas entre ellos el alcohol y el tabaco; además del impacto ambiental por la operación industrial (Carnegie, 1889).

Ante tal contexto, en donde estas empresas industriales comienzan a perder grandes cantidades de ingresos y tener ciertas presiones del ambiente interno y externo, en consecuencia, estos se ven obligados a cambiar su percepción. Esto es un claro ejemplo de la Teoría de Sistemas, esta teoría explica como las personas, las organizaciones o las maquinarias forman parte de un conjunto de elementos, los cuales suman fuerzas trabajando de manera coordinada, interactuando todas sus partes entre sí para alcanzar un objetivo determinado en común (Bertalanffy, 1989). Esto quiere decir que, las empresas del sector industrial tenían una percepción de sistema cerrado, en donde aspectos culturales, tecnológicos o sociales no afectan de manera significativa su operación, sin embargo, cuando comienzan tales presiones internas y externas, es cuando modifican sus actividades, principios y prácticas.

Las organizaciones al cambiar su percepción por el de un sistema abierto y adquirir ciertas prácticas y compromisos éticos, nace con ello la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). A manera de explicar este fenómeno, se origina la obra de Bowen en el año de 1953 titulada "Social Responsibilities of the Businessman" marcando la pauta del estudio moderno esta variable (Carroll, 1999). Se explicaba que, esta surgió debido a las prácticas poco éticas que se sostenía; distinguida por ser la obligación del empresario de adoptar políticas y desarrollar decisiones, que acompañen líneas de acción deseables según los objetivos y valores de la sociedad; esta aportación produjo una gran polémica e incertidumbre entre los directivos de las empresas industriales, debido a que la principal visión empresarial era la económica (Bowen, 1953).

Tal obra, tenía como fundamento principal la percepción de los negocios, considerados centros vitales en donde el poder y la toma de decisiones, así como las actividades y acciones que realizaban, tenían una repercusión directa en la vida de las personas quienes tenían una vida externa a estas organizaciones, pues eran afectados en muchos aspectos, por ejemplo, su salud, la educación, la seguridad, entre otros; modificando así, la perspectiva empresarial a la social (Carroll, 1999). Tal incertidumbre y cambios son explicados por medio de la Teoría del Caos, esta

manifiesta que las organizaciones son consideradas sistemas dinámicos, en donde el desorden y la confusión son predominantes (Thiéart y Forgues, 1995).

Al generarse tal incertidumbre y caos en los sistemas industriales, estos tuvieron que modificar sus actividades hacia el ámbito socialmente responsable, aumentar sus capacidades y de esta manera poder satisfacer las necesidades y los deseos de la sociedad, por otro lado, aquellas empresas que decidieron ignorar tal situación fueron consumidos por el caos organizacional, derivando así al fracaso y al cierre de su operación. Así nació la RSE, cómo una herramienta para tratar con las problemáticas sociales y ambientales, sin embargo, Bowen (1953) afirmaba que esta no era una cura hacia todas las problemáticas sociales, aunque este elemento poseía una verdad importante guiando a las empresas al desarrollo sustentable de las comunidades, incluyendo las del futuro.

Es importante recalcar, cómo las organizaciones del siglo XX modificaron su rol en la sociedad, el dejar de ser solamente una prestadora de servicios o productos, a la de un agente social. Tal situación, es explicada a detalle por la Teoría Interorganizacional, que está especializada en dos aspectos, la generación de redes en las organizaciones y los diversos roles que pueden jugar las personas y las empresas. En este caso se habla de la segunda, ya que, esta teoría establece ciertos roles o papeles que juegan las organizaciones y los individuos en diversos escenarios, ya que forman parte de una órbita organizacional, y según las especificaciones de su entorno y el tipo de órbita en el que se encuentren ubicados es el tipo de rol que la empresa, o el individuo va a adoptar (Provan, 1995). Esto quiere decir que, las unidades económicas se ven inmersas en una gran cantidad de actividades, operaciones y demás, normalmente, la organización está sumergida en el rol de empresa, la cual busca simplemente generar ingresos para satisfacer las necesidades de los integrantes de esta; sin embargo en la actualidad, se establece otro rol, el de empresa socialmente responsable, y la principal característica de esta es el desarrollo de prácticas e iniciativas que cuiden cuestiones ambientales, sociales, culturales, entre otros.

En los primeros años de esta variable, solo las grandes empresas tenían la posibilidad de desarrollar acciones socialmente responsables, sin embargo, al estar transmitiendo nuevos conocimientos dichas prácticas e información fueron desplazándose a las demás unidades de negocio, implementando este tipo de conocimientos en las micro, pequeñas y medianas empresas; descubriendo así, los beneficios que se tienen al ser organizaciones socialmente responsables a través de una correcta gestión apoyando el desarrollo social, educativo y cultural (Enderle, 2004). Actualmente, la RSE es un aspecto de suma importancia en las organizaciones, pues esta les permite desarrollar sus actividades en los mercados emergentes, además de alcanzar cierto prestigio y condiciones que aprueban su operación en mercados internacionales. Según el Centro Mexicano de Filantropía (2019) en México existen 2,261 empresas que cuentan con el distintivo de RSE, en donde 1,063 son PYMES, mientras que, las 1,198 empresas restantes son grandes.

Ahora bien, se debe mencionar cómo la RSE ha obtenido gran relevancia en el rubro de la investigación, pues se han realizado una gran cantidad de estudios que han determinado su importancia, y los factores que deben incidir al momento de implementarse en las organizaciones. Entre estos, se puede identificar como dicha variable ha sido relacionada con los gobiernos; las diversas corporaciones; su impacto en el medio ambiente; su impacto en la salud; los proyectos para la mejora en aspectos de seguridad; con las universidades; las campañas publicitarias enfocadas en la sostenibilidad; la ética empresarial; entre otras. Estas investigaciones y diversas aportaciones, han permitido generar una teoría basada en la RSE, la llamada teoría de los stakeholders, que según González (2007) la teoría tiene dos enfoques, el primero se preocupa por satisfacer las necesidades de sus accionistas, mientras que el otro, en responder a los demás grupos de interés que componen parte de alguna organización. Además, se establece que la teoría está diseñada en un sentido amplio de la ética, con la finalidad de cumplir ciertas metas o ciertas normas, todo encaminado a un bien común. Con lo anterior, se puede observar la relevancia de la RSE tanto en el ámbito empresarial y científico, esta es un factor y un elemento importante para el desarrollo sustentable de las comunidades y las organizaciones de la actualidad.

Por otro lado, se tiene que señalar la otra variable que compone el presente proyecto de investigación; la cultura organizacional (CO), concepto proveniente del termino cultura, asociado al conocimiento erudito del saber y cuyos orígenes pertenecen a la época del Renacimiento y la Ilustración, considerada como algo que se lleva dentro de cada individuo, un elemento propio, del que no puede deshacerse (Gómez, 1999). Históricamente, la cultura es una reguladora y administradora del comportamiento y las conductas humanas, ya que establece las normas y reglas que marcan, el grado de aceptación o de rechazo ante determinados comportamientos o situaciones (Paramo, 2017).

Dentro de la industria, comienzan a destacar ciertas organizaciones, siendo consideradas líderes en los mercados, distinguiendo sus operaciones ya sea por medio de los productos o servicios que se presentaban, obligando a las demás, a aumentar sus índices de competitividad. Sin embargo, estas organizaciones trataban de ser competitivas, con base a lo que la industria líder del mercado realizaba, en otras palabras, tratando de copiar sus actividades, productos o procesos, teniendo diversos resultados, identificando de esta manera la existencia de una cultura dentro de cada una de las organizaciones. Sin embargo, se podía copiar lo que se hacia dentro de la organización, pero no su cultura, aunado a que esta era única e inimitable, dando paso así a la incertidumbre por tal variable, y al desarrollo de los primeros estudios de la cultura en las organizaciones (Carro, Sarmiento y Rosano, 2017).

Se debe mencionar, que el primer estudio que identifico la existencia de características únicas entre grupos de operarios fue de manera indirecta, este fue realizado por Elton Mayo (1972), fue desarrollado en una fábrica de relays llamada Hawthorne, ante un pequeño grupo de trabajadoras, específicamente en el área de producción, y estas fueron sometidas a diversas condiciones para observar cambios en los índices de producción ante modificaciones de su entorno; sin embargo, este estudio identifico que aspectos referente al clima laboral si tenían repercusiones en los índices de productividad; y además que las personas se integraban entre sí y se percibían como grupos sociales, los cuales tiene necesidades fisiológicas, que, en muchas ocasiones,

sino son satisfechas, pueden ser razón de conflicto en las organizaciones, además de que estos grupos sociales presentaban ciertos elementos que caracterizaba a cada uno, entre ellos los valores, las historias o las tradiciones, identificando de esta manera la existencia de diferentes características en los grupos y subgrupos sociales dentro de las empresas, para posteriormente, identificar tales elementos como parte de una cultura; la Teoría de las Relaciones Humanas promovió el desarrollo de relaciones informales, pues esta tenía un impacto directo y positivo ante los índices de productividad en la industria; y por otro lado, brindo los cimientos para generar estudios que tenían que ver con la cultura de las organizaciones.

Cameron y Quinn (2006) revelan que las primeras investigaciones enfocadas a la cultura dentro de la organización ya de manera formal, se ven desarrolladas en la década de los 80, resultando ser de gran interés en académicos, investigadores y empresarios, obteniendo conclusiones muy interesantes, donde esta era percibida como un factor importante para lograr altos índices de desempeño y competitividad en cualquier unidad de negocio; entonces, se dice que la CO, oriento de gran manera a los directivos que buscaban optimizar la efectividad en las empresas de finales del siglo XX. A partir de tales investigaciones, la CO considera todos los símbolos, ceremonias, mitos o valores que puedan transmitir las creencias de los negocios hacia sus empleados (Ouchi, 1982).

Actualmente, las organizaciones están mayormente enfocadas en satisfacer las necesidades y deseos de las personas por medio de la creación de productos y servicios de calidad, que respondan ante las tendencias y necesidades de los mercados existentes; la práctica más común, es la participación social en búsqueda del bien común; uno de los métodos utilizados por las organizaciones para dirigir sus acciones al bien común, es la creación de una cultura de valores y creencias, que les permita desarrollar acciones positivas hacia la sociedad en donde se ven inmersas sus actividades, mejorando aspectos sociales, educativos, ambientales, entre otros. Por lo tanto, se puede decir que la RSE y la CO convergen (Rodríguez, 2008).

Entonces Cújar, Ramos, Hernández y López (2013) exponen como la CO y la RSE actualmente son un tema de gran importancia para los directivos de las industrias, pues en la última década se han desarrollado una vasta cantidad de acciones, proyectos y aportes por medio de investigaciones científicas que han beneficiado a la sociedad a través de la actividad empresarial; demostrando que existen diversos factores y elementos que permiten establecer la existencia de una relación entre estas dos, generando una cultura ética o socialmente responsable en las organizaciones.

Se debe mencionar que, estas dos variables han sido tema de diversas investigaciones a lo largo de los años, por ejemplo, la CO se ha relacionado en conjunto a otras variables, tales como el cambio organizacional; la ética; la sustentabilidad empresarial; el clima organizacional; la globalización; el comportamiento humano; el cambio organizacional; también considerada una variable aislada, entre otros. Mientras que la RSE, se ha estudiado con el clima organizacional; la sustentabilidad; las practicas; la competitividad; el desempeño; la generación de conocimiento; además, existen diversos estudios en donde la CO y la RSE son analizadas de manera conjunta.

Hoy en día, la RSE es considerada un elemento tan importante para el desarrollo sustentable de las organizaciones y la sociedad, sin embargo, su aplicación fue considerada incorrecta en los últimos años, y no es por la falta de conocimientos ante una problemática o información relevante acerca de temas referente a esta índole, más bien, por las actitudes o decisiones poco morales que los dirigentes en las organizaciones han tomado y realizado por medio de acciones que han afectado el medio ambiente, y la vida de las personas (Pless, 2007). Mientras que, la CO, es percibida, como una variable que permite aumentar de manera significativa la competitividad de cualquier organización, por medio de filosofías de gestión, diseñadas con la finalidad de desarrollar una identidad en los individuos dentro de las empresas, implementándose de esta manera un modelo estratégico que busque lograr un estándar de excelencia empresarial (Charón, 2007).

1.2. Planteamiento del problema.

En la actualidad, en el ambiente organizacional existen una gran cantidad de problemáticas y necesidades sociales, que no han permitido el desarrollo sustentable de las sociedades. Por ejemplo, en los últimos diez años los indicadores de contaminantes en el aire han aumentado en más de seis millones de toneladas (Sevilla, 2019); y México participa en este tipo de situaciones, ya que, la actividad principal que más contaminación genera en el país es la industrial, esto según lo establecido por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2010). Ahora, en el ámbito de la educación, solamente el 22% de los adultos jóvenes en México concluyen de forma exitosa su educación superior, mientras que, el 52% de adultos jóvenes cuentan con estudios debajo de los niveles medio superiores (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, 2017). Por otro lado, la delincuencia, de los temas principales en la actualidad del país, pues índices de robo, asesinato, robo o extorsión son bastante elevados, y el estado de Sonora, es considerado el segundo estado con mayor tasa de delincuencia, solo por debajo del estado de México (INEGI, 2019). Además, quienes dirigen las organizaciones de los diferentes países se han visto envueltos en casos de corrupción (Pless, 2007).

Cabe destacar que, los dirigentes de las organizaciones aun sabiendo acerca de la corrupción, las problemáticas sociales y las decisiones poco éticas llevadas a cabo, se ha estado implementando la RSE de manera superficial. Esto quiere decir, las empresas en los últimos años no han adaptado la responsabilidad social empresarial de manera concreta dentro de su cultura organizacional, pues, solamente buscan obtener un distintivo que les permita poder obtener mayores ingresos por medio de la apertura de mercados; también, las empresas solo buscan tener tales certificaciones para hacer sentir a sus consumidores y partes interesadas una preocupación por el medio ambiente, sin embargo, no realizan las acciones necesarias para modificar sus tradiciones o valores en beneficio de la sociedad (Lloret, 2014).

Una de las pruebas más contundentes de esta situación proviene de un estudio realizado por la ITAM (2012) citado por Lloret (2014) y demuestra que, de las 500

empresas más importantes del país, solamente el 50% de estas, tienen una estrategia basada en una cultura socialmente responsable, mientras las demás admiten no saber acerca del tema o no tener interés alguno por desarrollar este tipo de acciones. Por lo tanto, en la actualidad se ha generado una necesidad de realizar investigaciones acerca de CO y RSE, ya que, se busca identificar los aspectos y elementos fundamentales para que estas dos variables converjan, y se pueda desarrollar de esta manera una cultura socialmente responsable dentro de las organizaciones, para ser implementada desde la raíz de la organización, y ser puesta en práctica en el día a día, respondiendo así, ante las problemáticas sociales y económicas de la actualidad.

Ante tal situación, donde se puede observar una creciente necesidad teórica por generar investigaciones que asocian la CO con la RSE, para identificar las diferentes características y elementos que pueden relacionarse entre estas dos variables, se destacan los siguientes resultados, por medio de regresiones lineales (Ülle, 2009); correlaciones paramétricas y no paramétricas (Pelekais y Rivadeneira, 2008; Rishi y Moghe, 2013; Encalada, 2015; Delgado y Seminario, 2016; Gutiérrez, Silvana y Santamaría, 2017, Lee y Kim, 2017); análisis de perspectivas (Kim y Park, 2011); análisis inferenciales (Carro, Sarmiento y Rosano, 2017); análisis de influencia (Pasricha, Singh y Verma, 2017); entre otros estudios. A partir de esto, se puede decir que existe una relación estadística entre estas dos variables; sin embargo, dentro de las fuentes de información, no se identifica un estudio que se realice en el contexto mexicano, en el sector industrial. Además, de que analice estas dos variables, de tal manera que permita identificar en que dimensiones de la RSE se enfocan más los tipos de CO, utilizando el método de comparación de medias ANOVA, para realizar tal investigación.

Ante este contexto, se pretende realizar el proyecto, mediante la siguiente pregunta de investigación: *¿Existe diferencia estadística entre los tipos de cultura organizacional y las dimensiones de responsabilidad social en las que mayormente se enfocan, las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora, México?*

1.3. Justificación.

Se pretende realizar el estudio en el sector industrial, esto debido a que según INEGI (2017) el sector industrial en Sonora es la actividad que mayor aporte hace a su Producto Interno Bruto (PIB), con más de 17,344 mil millones de pesos, siendo la cuarta actividad de mayor relevancia en el estado, solo por debajo de la agricultura, la construcción y la minería, cabe destacar que en el presente estado se ubica la ciudad en donde se llevará a cabo el estudio; por otro lado, en tal sector, se encuentran laborando alrededor de 111,180 personas; existiendo así, 10,458 unidades económicas de este giro en el estado. Por otra parte, se pretende realizar la investigación dentro del sector industrial, ya que según Bowen (1953), la responsabilidad social empresarial surge debido a las prácticas poco éticas que se generaban dentro de la industria, por eso mismo es prudente realizar esta clase de investigaciones en este tipo de sector, ya que es considerada la fuente que origina la variable.

Por otro lado, es necesario mencionar la necesidad de realizar investigaciones de esta índole, pues esto permite tratar o clarificar las problemáticas y los fenómenos sociales que se han generado a través del tiempo. En la actualidad temas de sustentabilidad o ética han cobrado gran relevancia y aunque, Bowen (1953) explica que la RSE no es una cura para todas estas problemáticas, puede guiar a los diferentes grupos sociales de tal forma, que estos indicadores disminuyan y permitan un desarrollo basado en la sustentabilidad. Por eso mismo, los teóricos han dedicado sus esfuerzos en realizar una gran cantidad de investigaciones que tengan que ver con la RSE, y han llegado a una conclusión importante, la necesidad de implementar las practicas socialmente responsables en la cultura de las organizaciones; esto principalmente por la idea de que, la cultura al ser una reguladora del comportamiento en las sociedades, el desarrollar estudios que tengan que ver con estas variables permite identificar aquellos elementos que determinan el carácter de las personas, sus tradiciones o valores, teniendo la oportunidad de modificarlos de tal manera, que esta cultura tome en consideración aspectos socialmente responsables, cambiando no solamente la cultura de las organizaciones, sino de la sociedad (Vives y Pinillos, 2015).

Es de suma importancia el analizar los tipos de culturas organizacionales basadas en actividades socialmente responsables establecidas de manera correcta, pues esto permitirá un análisis conciso que clarifique de manera explícita los sobrepuestos entre las subculturas existentes en las empresas, de cómo gestionar esa ética y esa responsabilidad social, auxiliando de esta manera que las demás unidades de negocio que deseen adaptar este tipo de cultura, lo realicen de manera adecuada, con base en los fundamentos que pueda arrojar el presente estudio. Además, es necesario comprender que el modificar la cultura hacia el ámbito socialmente responsable, puede generar cambios significativos de manera interna y externa, teniendo un impacto positivo ante la sociedad y los gobiernos; por lo tanto, es necesario el realizar este tipo de estudios que permitan formar desde las pequeñas hasta las grandes empresas hacia una cultura socialmente responsable, que sea capaz de responder ante las necesidades del entorno, ya sea ambientales, sociales, económicas, de seguridad, entre otras (Vives y Pinillos, 2015).

Según Álvarez y Vargas (2011) el realizar este tipo de estudios va a beneficiar tanto a la sociedad y a las organizaciones que implemente una cultura socialmente responsable. En primer lugar, a la sociedad porque si una empresa modifica su estructura de tal forma que sea socialmente responsable, esta va a comenzar en desarrollar proyectos de diversas índoles, por ejemplo, un programa para evitar el uso de drogas en los jóvenes; la distribución de becas y así evitar la deserción escolar; o un proyecto que trate la contaminación de aire o suelo en las comunidades. En segundo lugar, las empresas ya que, al realizar este tipo de actividades y obtener ciertas certificaciones, éstas obtienen tales beneficios como:

Aumento en la lealtad de sus clientes: las personas que ya consumen los productos, su fidelidad y apego hacia la organización se verá reforzada, debido a que la actual tendencia es el de realizar actividades y procesos que tengan que ver con la sustentabilidad, por lo tanto, cuando las empresas comiencen a publicitar y demostrar su apoyo ante cuestiones sociales, las personas que consumen tales productos o servicios tendrán la intención de apoyar tal situación mediante la compra de productos.

Reducción en costos operativos: el desarrollar una cultura que está basada en la responsabilidad social, va enfocar sus actividades a la productividad y mejora de procesos, reduciendo de esta manera gastos operacionales.

Mayor posicionamiento en el mercado y competitividad: el enfocarse en el desarrollo de una cultura basada en la responsabilidad social empresarial aumentará los índices de competitividad, además de que otorgará un valor agregado a los productos o servicios, esto por medio del distintivo de RSE, generando de esta manera herramientas que puedan hacer frente ante la competencia de los diferentes mercados.

Acceso a nuevos mercados: las empresas al obtener ciertas certificaciones y mantener estándares de operación que tengan que ver con la RSE, tendrán la facultad para entrar en nuevos mercados, que son cada vez más exigentes, en temas de cuidado ambiental.

Capacidad de adaptación: las capacidades organizacionales aumentarán de tal manera que, los procesos y operaciones empresariales obtendrán la facultad de adaptarse ante los nuevos entornos, situaciones y tendencias de los mercados. Esto quiere decir que, las empresas van a desarrollar estrategias que les permita responder ante las demandas de la sociedad.

Atracción de nuevos talentos: el nuevo talento humano, actualmente está enfocado en tendencias sustentables, además de que tiene una gran capacidad para obtener grandes cantidades de información, por eso mismo, tal talento buscará formar parte de organizaciones que apoyen a las sociedades a través de actividades socialmente responsables y tengan una cultura organizacional en donde se pueda sentir competentes y cómodos.

La RSE es una generadora de beneficios importantes para la sociedad y las empresas; las organizaciones que deciden obtener tales certificaciones, realizan ciertas actividades que adecuan su operación de tal manera que, generan proyectos y normalizan reglas o políticas en torno a la sustentabilidad, este tipo de situaciones son bastante positivas para las personas que residen en las comunidades, ya que, al tratar con tales problemáticas sociales la calidad de vida de las personas mejoran considerablemente. Y aunque, la RSE no es una cura para las problemáticas sociales (Bowen, 1953); implementarse desde la cultura de las organizaciones, va generar un cambio significativo, en la manera de pensar y vivir de las personas que forman parte, de aquellas organizaciones que decidan modificar sus prácticas hacia la responsabilidad social, teniendo un impacto significativo en la sociedad.

1.4. Objetivo.

Analizar el efecto de los tipos de CO en las dimensiones de RSE de las organizaciones del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora, a través de la identificación de diferencias significativas entre los grupos analizados, de tal forma que pueda establecerse el tipo de cultura organizacional que favorece al desarrollo de prácticas socialmente responsables.

1.5. Hipótesis.

Con las investigaciones analizadas en los apartados anteriores, realizadas por Pelekais y Rivadeneira (2008); Ülke (2009); Kim y Park (2011); Rishi y Moghe (2013); Encalada (2015); Delgado y Seminario (2016); Pérez, et al. (2016); Gutiérrez, et al. (2017); Carro, et al. (2017); Lee y Kim (2017); Pasricha, Singh y Verma (2017); se pueden plantear las siguientes hipótesis:

Ho: no existe diferencia estadística entre los tipos de CO y dimensiones de RSE en las que están enfocadas las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora.

H1: existe diferencia estadística entre los tipos de CO y dimensiones de RSE en las que están enfocadas las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora.

1.6. Delimitaciones.

El presente proyecto de investigación solamente se va a delimitar a estudiar la existencia de una diferencia estadística entre los tipos de CO y dimensiones de RSE en las en las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial manufacturero de Ciudad Obregón, Sonora, México, a través de un análisis por medio del método estadístico de comparación de medias de ANOVA.

1.7. Limitaciones.

El proyecto se limitó a encuestar a los dirigentes de pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora, México; las cuáles eran 114 organizaciones, sin embargo, algunas de estas unidades económicas decidieron no participar en el estudio por diversas situaciones, por lo tanto, hubo una tasa de respuesta del 61.4% y finalmente, se obtuvo información por medio de 70 sujetos del presente sector.

CAPÍTULO II

MARCO DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta información relevante de las variables de estudio, esto con la finalidad de brindarle al lector, primeramente, un contexto de la situación actual del sujeto bajo estudio, posteriormente desarrollar el entendimiento teórico de las variables, por medio de conceptos y modelos que plasmen las dimensiones de estas, y finalmente presentar estudios de base empírica, que servirán de referencia para el desarrollo de la presente investigación.

2.1. Marco contextual.

En primer lugar, se tiene que contextualizar acerca de las empresas en el mundo. Y es que, a inicios del siglo XXI, el ámbito organizacional crece de manera abismal, la parte industrial y empresarial se expande debido a la tendencia de las personas hacia el emprendimiento. De igual manera, se reconoce el papel de las pequeñas empresas en la economía mundial, siendo considerada una importante fuente generadora de empleos y el crecimiento económico de los países en desarrollo (Garza, 2000). Cabe destacar que, las empresas se clasifican en tamaños, las cuales pueden ser micro, pequeñas, medianas y grandes; estas son clasificadas mediante diversos criterios;

cada uno de los países alrededor del mundo tienen ciertas normas o plasman las características que deben cumplir las organizaciones para pertenecer a un rubro, por ejemplo, se habla acerca de que algunos países clasifican a las empresas con base en el número de trabajadores, los ingresos que se generan anualmente, e inclusive los activos con los que cuenta la empresa (Cardozo, Velásquez y Rodríguez, 2012).

Además, dentro de la economía mundial se puede identificar que existen una gran cantidad de factores, que tienen repercusiones positivas y negativas en los modelos de escala económica, ya sea de países desarrollados o de tercer mundo; entre esos factores se puede observar el papel perjudicial que juegan las pequeñas y medianas empresas (Vázquez y Arredondo, 2014). Según Ayyagari, Demirgüç, y Maksimovic, (2011), el 95% de las empresas existentes en el mundo son micro, pequeñas y medianas generando así más del 60% de empleos, alrededor del mundo, mientras que el restante es perteneciente a las grandes marcas. Por otra parte, Japón es el país que aporta mayor número de pequeñas y medianas empresas en el mundo, teniendo el 99% de sus empresas en tal clasificación. Okabe (2009), explica como Japón a diferencia de países de tercer mundo, implementa políticas, leyes y normas que promueven la economía de esa nación, fortaleciendo de esta manera el desempeño de sus organizaciones y demostrando la confianza que se le debe dar a ese sector; además de la existencia, de entidades financieras que prestan servicios para el correcto desarrollo de este tipo de empresas.

En la Unión Europea, se estimó en el año 2014 un porcentaje del 99.7% eran micro, pequeñas y medianas empresas, aportando más del 57.8% a la economía de ese sector, mientras que 0.3% pertenecía al rubro de grandes empresas (Vázquez y Arredondo, 2014). Además, en Italia, por medio de las pequeñas y medianas empresas se realizan el 74% de exportaciones a los demás países, teniendo en los últimos años una evolución significativa en ese sector, siendo su auge, en la década de los sesenta; otro punto a destacar, es que, en Italia, se han implementado sistemas dinámicos en beneficio de la eficiencia y una participación más significativa de las organizaciones en el mercado internacional (Bloch y Oddone, 2007).

Por lo tanto, los países desarrollados con mayor participación en la economía a escala mundial, fomentan el desarrollo de sus micro, pequeñas y medianas empresas, con base en políticas, leyes y sistemas financieros. Sin embargo, estudios han demostrado, la existencia de ciertas problemáticas y deficiencias en dichas organizaciones, en temas como rendimiento, productividad y cultura organizacional. Adjudicándole, mayor desarrollo en estos elementos a las grandes empresas. Entonces, a este tipo de organizaciones, ya sea micro, pequeñas, medianas o grandes, no son solamente productoras, generadoras de ingresos o de empleo, actualmente las empresas o las industrias han tomado un papel más protagónico ya no solo en cuestiones políticas o económicas, sino que, en cuestiones sustentables, en donde tienen mayor participación en la sociedad.

Ahora bien, ubicando la actividad empresarial en el continente americano, se observa como Estados Unidos es aquel país que tiene mayores repercusiones en la economía, no solamente de manera continental, sino que en escala mundial. La historia de las empresas dentro de este país es bastante amplia, comenzando su relevancia después de la década de los setenta, ya que, en esa época cayeron más de quinientas grandes empresas quedando en la bancarrota, teniendo repercusiones significativas su economía, viéndose obligado en apoyar y adoptar otro modelo económico que impulsará la economía local. Por lo tanto, ante tal situación, en la actualidad el 99% de empresas son pertenecientes al rubro de las micro, pequeñas y medianas, aportando de esta manera el 70% de empleos teniendo una participación de más del 50% en el PIB; y exportando de esta manera anualmente, desde los 150 mil millones de dólares hasta los 300 mil millones de dólares (Vázquez y Arredondo, 2014).

Otro país a destacar es Colombia, el cual tiene más de tres millones de empresas representando el 99% unidades de negocio las micro, pequeñas y medianas, teniendo una participación de más del 60% en el PIB de esa nación, sin embargo, existen ciertas problemáticas en donde se explica que, ciertas barreras no permiten el desarrollo sustentable de las empresas colombianas, tales como restricciones de créditos y financiamientos; falta de formalización en los procesos; limitaciones competitivas;

carencia de capacidades gerenciales, entre otras cosas. Cabe destacar que, la pequeña y mediana empresa colombiana genera el 37% de producción total, además de que presenta una estructura flexible ante la competencia y las modificaciones en el mercado, teniendo mayores capacidades para responder ante los cambios de demanda y la implementación de estructuras productivas (Sánchez, Osorio y Baena, 2007). Entonces, se dice que la organización colombiana tiene elementos que son positivos y que pueden beneficiar un mayor crecimiento económico de la nación, sin embargo, no tiene el apoyo necesario que explote tales facultades.

Cabe recalcar la tarea del país canadiense por fomentar y promover el desarrollo de la economía local por medio de las pequeñas empresas, desarrollando sistemas cooperativos y de desarrollo económico, siendo una tarea implementada desde el año de 1997. Ante este contexto, se identifica que el 99% de organizaciones en Canadá son micro, pequeñas y medianas empresas, con una antigüedad media de 5 años, creando de esta manera dos tercios de la oferta laboral en el país; además la actividad empresarial es orientadas a tareas de exportación y desarrollo de capacidades de innovación, ya sea en servicios, logística o producción, en consecuencia de esto, la actividad empresarial tiene más del 60% de participación en el PIB; cabe destacar que su principal recurso tienen que ver con las capacidades intelectuales, en otras palabras, la gestión del conocimiento (Garza, Guzmán, Egri y Hernández, 2013).

A su vez, otro país en el continente americano que pone principal énfasis en la creación de micro, pequeñas y medianas empresas es Chile, que clasifica sus organizaciones en dos rubros, el primero siendo el de las micro y pequeñas empresas; y el segundo, siendo el de las medianas y grandes empresas. Por lo tanto, en territorio chileno el 98.2% de unidades de negocio son micro y pequeñas, teniendo una participación del 96.8% en el PIB de tal nación, ubicando su mayor número de empresas en el sector comercial, con un promedio de antigüedad de 10 años por organización (Ministerio de Economía Fomento y Turismo de Chile, 2017).

Ahora dentro de un contexto más específico, se hablará acerca de las empresas en territorio mexicano; este es un país ubicado entre Estados Unidos y Guatemala, contando con una superficie de más de 1,900 millones de kilómetros cuadrados, siendo conformado por 32 entidades federativas, y una población de más de 119 millones de habitantes (INEGI, 2015). Por otro lado, se debe mencionar que este es un país reconocido por diversas riquezas, principalmente las culturales, además esta nación cuenta con un PIB de alrededor de 1,15 billones de dólares (Banco Mundial, 2017). Dentro del contexto mexicano las organizaciones de igual manera se clasifican en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esto según la Cámara de Diputados (2017). La determinante de esta clasificación, es la cantidad de trabajadores operando dentro de estas organizaciones. A continuación, se muestra dicha clasificación (*ver tabla 1. Clasificación de empresas en México*):

Tabla 1

Clasificación de empresas en México

Sector	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100
Grande	A partir de 251	A partir de 101	A partir de 101

Fuente. Cámara de Diputados (2017).

Cabe mencionarse que, las actividades en México se dividen en tres rubros; las actividades primarias, que están compuestas por la minería, la pesca, la ganadería, entre otros; después, están las actividades secundarias, en donde destaca principalmente la actividad industrial; finalmente, las actividades terciarias que están destinadas a la actividad comercial. Increíblemente, la actividad terciaria tiene mayor relevancia en el PIB mexicano, mientras que le siguen las secundarias y en último lugar las primarias (INEGI, 2016). La actividad industrial, al ser bastante importante para la nación mexicana, de igual manera, según SEMARNAT (2010) es la actividad que mayores índices de contaminación generan en el país.

Estudios como el de Conraud, Ojeda y Arredondo (2015) demuestran cómo las empresas de tamaño micro, pequeño y mediano son la base del desarrollo local; en México existen alrededor de 4 millones de organizaciones y tienen una participación del 52% en el PIB, ofreciendo de esta manera el 72% de ofertas laborales en el país. Por otro lado, según Saavedra y Saavedra (2014), son más de 200,000 pequeñas empresas representando siendo así el 4.18% total de organizaciones; además, el 0.82% de las empresas en México son medianas siendo más de 40,000 empresas; mientras que, el 0.20% de empresas en México son grandes, siendo más de 9,000; finalmente el restante de empresas son de tamaño micro.

Cabe destacar que, México al tener una gran cantidad de empresas posee organizaciones que se dedican a producir y/o distribuir productos al mercado internacional, siendo su mayor fuerte la distribución de electrónicos teniendo una participación del 43% de pequeñas y medianas empresas. Por otro lado, se considera que el mercado de textiles, muebles o construcción, está en suma desventaja ya que, tiene muy poca participación con un total del 11.9% en el mercado extranjero. Existen ciertas barreras que afectan la internacionalización de las empresas mexicanas, una de las más destacadas es por la falta de capacidad de los directivos para realizar investigaciones de mercado o investigaciones de comercialización y logística, y por lo tanto prefieren realizar estos procesos por medio de un intermediario, estableciendo redes de importación de productos por medio de extranjeros teniendo repercusiones en los costos de estas organizaciones (Fong y Ocampo, 2011).

Por lo tanto, la empresa mexicana al igual que los países en desarrollo anteriormente mencionados tiene singular relevancia para el desarrollo económico de su territorio, sin embargo, existen ciertas barreras que no permiten el pleno crecimiento de la economía local, ya que, en este país es preferible darle entrada a las grandes firmas o corporaciones e invertir grandes sumas de dinero con la finalidad de crear empresas o industrias que monopolizan el mercado, y el comerciante mexicano, que tiene muy poca oportunidad de competir y posicionarse en ese tipo de mercados, tiene que formular estrategias que le permitan sobrevivir y poder ser competitivo, teniendo gran

importancia ofrecer productos de excelente calidad y un buen servicio personalizado para los consumidores; entonces, aunque existan entidades financieras o federativas que apoyen el desarrollo de las micro, pequeñas o medianas empresas en México, existen una gran cantidad de trabas que no permiten el desarrollo sustentable de la economía local, y es un tema de suma relevancia, ya que si se quiere estar a la par de países como Japón, Estados Unidos o Alemania, se tiene que hacer algo al respecto por impulsarlas.

En un contexto aún más específico, se habla del estado de Sonora, ubicado en el país mexicano. Sonora es una región bastante conocida al noroeste de México, siendo reconocida por cuestiones gastronómicas, este el segundo estado más extenso del país ya que cuenta con 179,503 kilómetros cuadrados, además de ser reconocida por sus altas temperaturas, sus desiertos y su capital la ciudad de Hermosillo. El Estado de Sonora tiene más de 2,850 millones de habitantes, siendo en su mayoría mujeres, además, está constituido por 72 municipios, este estado aporta al PIB nacional el 2.9% siendo su principal actividad la comercial. Cabe destacar que, en el estado de Sonora existen 90,642 unidades económicas, en sus diferentes municipios, teniendo el 47.5% formado por micro, pequeñas y medianas empresas, mayormente del sector manufacturero, estando en su capital el mayor número de entidades económicas concentradas. Además, Hermosillo tiene una participación del 53.6% de participación en el PIB estatal, siendo así el décimo primer estado que más aporta a la economía mexicana (INEGI, 2015).

Por otro lado, las actividades empresariales de las organizaciones sonorenses están integradas en el marco internacional, aunque existen una gran cantidad de problemáticas dentro de los negocios, donde el principal reto es el de sobrevivir y crecer, teniendo mucho que ver cuestiones de mercadotecnia y planeación estratégica. Entonces, las empresas del estado de Sonora al estar vinculadas en un mercado vertiginoso y globalizado, tienen repercusiones en aspectos sociales, políticos, económicos y tecnológicos, que no solamente son beneficiosos para la región, sino

que, también cuestiones nacionales en temas de desarrollo, un mayor alcance de mercado y posicionamiento de la empresa sonorense (Moreno, et al., 2015).

Es de suma importancia señalar que, en Sonora existe una gran cantidad de empresas de diversos giros, tales como el comercial, el industrial y el de servicios, pero en este caso, se hablará acerca del industrial, debido a que el presente estudio obtendrá información por medio de este sector. Según INEGI (2017) el sector industrial en Sonora es la actividad que mayor aporte hace al PIB, aportando más de 17,344 mil millones de pesos, siendo la cuarta actividad de mayor relevancia en el estado, solo por debajo de la agricultura, la construcción y la minería; además, se encontraban laborando alrededor de 111,180 personas en organizaciones de este sector, existiendo de esta manera en este estado 10,458 unidades económicas de este giro.

Finalmente, se hace referencia al contexto donde se realizará el presente estudio; tal investigación se desarrolla en Ciudad Obregón ubicado en el municipio de Cajeme que es uno de los 72 municipios del estado de Sonora, México; perteneciente a la zona sur del estado, siendo considerada la segunda ciudad más importante de Sonora, con una extensión de 4,882 kilómetros cuadrados y mayormente reconocido por el valle del yaqui. Además, posee alrededor de 15,659 entidades económicas (INEGI, 2017), teniendo una participación del 17.1% en el PIB estatal (INEGI, 2015). Por otra parte, el 33% de las empresas, están ubicadas en la zona centro, representado el 50% por el giro alimenticio (Aceves, Gónzales, Rodríguez y López, 2016).

La principal problemática dentro de las pequeñas o medianas empresas de Ciudad Obregón tiene que ver con cuestiones de crecimiento y desarrollo, esto debido a que, en las empresas de la región falta establecer la formalización de tal organización, de generar procesos, de establecer una estructura, de producir algo que les permita a las organizaciones trascender, de aumentar su productividad y alcanzar nuevos mercados (Vásquez, Wendlandt y López, 2016). Por consiguiente, es preocupante mejorar los niveles de competitividad, modernizar procesos, establecer estructuras, preocuparse

por temas de sustentabilidad y responsabilidad social, fomentar la cultura de la investigación, mejorar del desempeño, el desarrollo tecnológico, entre otras, todo esto por medio de las PYMES, que además son una excelente fuente para generar mayores oportunidades de empleo.

2.2. Marco conceptual.

A continuación, se dará una descripción detallada acerca del significado de todos los términos importantes que componen la presente investigación, esto con la finalidad de brindarle una visión más amplia al lector acerca del fenómeno de estudio, en base al análisis de diversas contextualizaciones diferentes, por medio de diferentes autores.

2.2.1. Cultura organizacional.

El termino de cultura organizacional existe de hace tiempo, y se han realizado una gran cantidad de investigaciones y propuestas, referente a los procesos y elementos que existen dentro del término; la cultura organizacional es definida según Schwartz y Davis (1981) como un patrón en el que las creencias y las expectativas son compartidas por cada una de las personas que forman parte de una organización, produciendo de esta manera reglas y normas que regularizan la conducta de los grupos de trabajo dentro de esta. Por otro lado, Ouchi (1982) la determina como aquellos símbolos, rituales, ceremonias, historias o mitos, que transmiten al personal en las organizaciones los valores y creencias, para generar ideas y significados a la operación organizacional.

En otro orden de ideas, la CO es presentada por las personas, ya que, tienden a presentar ciertas características que las hacen únicas y diferentes, siendo denominadas individualidades; estas representan la forma de ser y de actuar de las personas, sin embargo, cuando las personas logran formar parte de una organización, estas se ven obligadas a someterse a un proceso de adaptación, acerca de rituales, prácticas, valores y procesos de su estructura, denominando estos elementos como

parte de una cultura en las organizaciones (Schein, 1982). Por otro lado, a estos rituales, prácticas, valores y procesos en la organización, se les denomina cultura organizacional, definida por Denison (1996) como todos los valores, creencias o principios que construyen la base de una organización, determinando así un sistema gerencial para su operación.

Cabe destacar que, Cameron y Quinn (1999), mencionan la existencia de ciertas características únicas dentro de las organizaciones que permiten establecer la existencia de una cultura dentro de estas; sin embargo, también especifican que las organizaciones al contar con subdivisiones o departamentos, estas también poseen ciertas singularidades e individualidades que las hacen únicas, presentándose subculturas dentro de ellas; pudiendo aplicar de igual manera esta situación en las sociedades y comunidades.

También, Robbins (2004) determina la cultura organizacional como un sistema de significados, donde determina elementos que son comunes entre los miembros que forman parte de una organización, teniendo así características fundamentales que transmiten la esencia e identidad de esta. Por lo tanto, se define la cultura organizacional, todos los valores, normas, conductas, o especificaciones que dicten las conductas sociales que son aceptadas y rechazadas dentro de las organizaciones, además de regular las relaciones sociales, generadas dentro de estas.

En conclusión, se puede decir que la cultura organizacional es un factor determinante, que produce cierto grado de competitividad y desarrollo en las organizaciones, ya que esta herramienta, aumenta los índices de creatividad, iniciativa y trabajo en equipo dentro de la organización, por lo tanto, su importancia radica, en que genera una identidad propia para las empresas, y que si es bien gestionada, esta puede ser usada como parte de su ventaja competitiva, además de posicionar de manera abrupta a la organización en algún mercado, por eso mismo, los gerentes y altos directivos de la actualidad, han puesto sus miradas e intentan desarrollar este término,

implementándolo desde la plataforma filosófica, para finalmente, ser transmitido inclusive, en los procesos y el talento humano, que forma parte de la organización.

2.2.2. Importancia de la cultura organizacional.

La cultura organizacional presenta cierto papel protagónico en ciertos rubros, uno de ellos es el explicado por Charón (2007), ya que las organizaciones al estar inmersas en un mundo cada vez más vertiginoso, en donde los cambios tecnológicos y la globalización son cada vez más constantes, en cuestiones de innovación y calidad, estas organizaciones deben mantener su competitividad, mediante la transmisión de valores o creencias, siendo una herramienta fundamental para lograr esto, por lo tanto, la cultura organizacional, es implementada directamente en la filosofía de la gestión, orientando de esta manera a los individuos dentro de la organización, generando así una identidad propia que defender.

Por otro lado, la cultura organizacional tiene repercusión directa en la estrategia de cualquier organización, ya que al estar expuesta a un ambiente en donde existe vasta cantidad de competencia, este medio ambiente externo se convierte en uno muy dinámico, lleno de cambios e innovaciones, por lo tanto, las organizaciones tienen la necesidad de implementar una cultura organizacional flexible, en donde los esfuerzos sean coordinados de tal manera que se vele por la supervivencia organizacional (Minsal y Pérez, 2007).

Finalmente, Carro, et al. (2017), explican que, para fomentar la creatividad, la iniciativa, el compromiso, la innovación, la eficiencia, la competitividad y el trabajo en equipo, forma parte fundamental de esta, el desarrollo de una cultura en la organización, impactando así en la adaptabilidad que tenga esta, para desarrollarse en su entorno, pudiendo de esta manera, reinventarse en base a su respuesta al cambio, a las tendencias y a las exigencias.

En conclusión, la importancia de la cultura dentro de las organizaciones puede ser percibida de diferentes maneras; se habla acerca de la necesidad de generar una ventaja competitiva dentro de las organizaciones, actualmente en el mercado, que es cada vez más globalizado y competitivo, entran una gran cantidad de nuevos competidos, con ideas innovadoras y deseos de posicionarse en los mercados monopolizados, sin embargo, utilizan ciertas técnicas para imitar procesos, actividades e inclusive la cadena de valor de las empresas líderes, y se determina que la cultura dentro de las organizaciones, es el único aspecto que no pueden imitar los competidores, por eso mismo, es de suma importancia el fomentar una cultura dentro de la organización, porque es el único elemento los consumidores podrán identificar dentro de los servicios y productos que le ofrecen las organizaciones y que si otra trata de imitarlo, esa percepción no será la misma, y por ende, volverán a aquella cultura donde se sientan más cómodos; por lo tanto, la cultura organizacional, es una herramienta primordial para generar y mantener una ventaja competitiva duradera en el mercado actual.

2.2.3. Modelos de cultura organizacional.

Existen diversos modelos que explican la cultura organizacional, estos se ven plasmados por diversos autores, determinando desde su perspectiva, diferentes elementos o dimensiones de cultura dentro de las organizaciones. El primero es el propuesto por Cameron y Quinn (1999), en tal modelo se mencionan cuatro tipos de cultura que pueden existir dentro de las organizaciones, compuesta por la de tipo clan, la adhocrática, la jerárquica y la de mercado (*ver Figura 1. Modelo de Cultura Organizacional de Cameron y Quinn*), además esta es regida por dos tipos de dimensión, la primera que habla acerca de flexibilidad y discrepancia, mientras que la segunda habla acerca de la estabilidad y control.

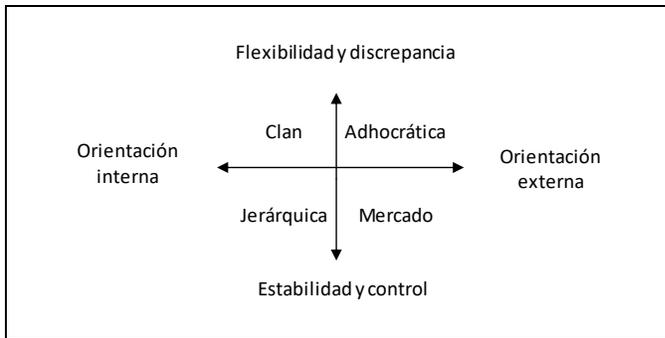


Figura 1. Modelo de Cultura Organizacional de Cameron y Quinn (1999).

Como puede observarse en la figura 1, según Cameron y Quinn (1999), el primer aspecto a analizar dentro de este modelo es la cultura tipo *clan* y tipo *adhocrática*, plasmadas dentro de la dimensión de flexibilidad y discrepancia; en la primera se destaca el desarrollo del personal, los grupos de trabajo y la responsabilidad de cada uno de los participantes en la organización, destacando el clan hacia una orientación interna en la organización; mientras que en la segunda se enfatiza mayormente en el crecimiento propio del individuo y la aceptación de los riesgos en la operación, enfocándose así a aspectos más externos de la organización. Por otro lado, en la parte inferior de este modelo, puede observarse la cultura de *mercado* y *jerárquica*, situadas en la dimensión de estabilidad y control; la primera desarrollada para optimizar elementos como productividad y así alcanzar una ventaja competitiva, orientándose así, a cuestiones externas de la organización; mientras que la segunda de orientación interna, por medio de normas, reglas y políticas se establece la operación y lo que es aceptable dentro de la organización. Otro modelo a destacar, es el modelo de Denison, Janovics, Young y Cho (2006), establecido por cuatro dimensiones, las cuales consisten en la adaptabilidad, misión, participación y la consistencia dentro de la organización (ver figura 2. Modelo Denisson, Janovics, Young y Cho).

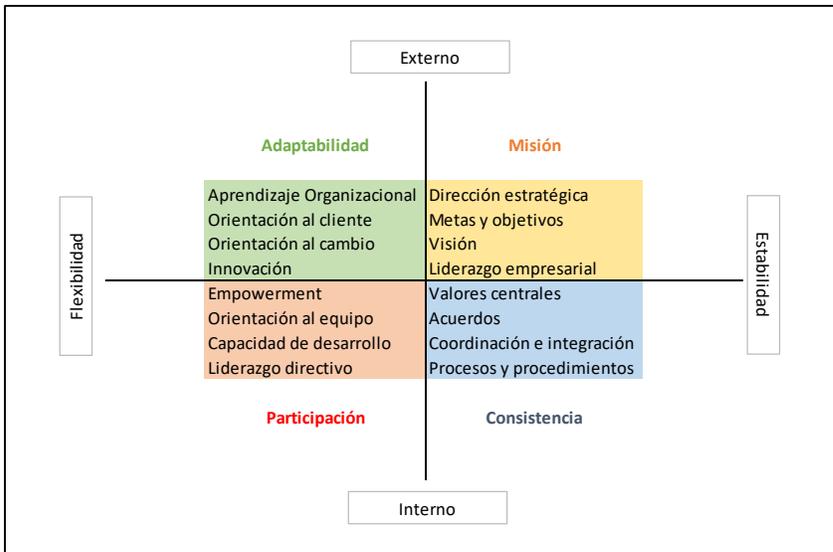


Figura 2. Modelo Denison, Janovics, Young y Cho (2006).

Con base en lo anterior, se puede decir que, la adaptabilidad, hace referencia a las demandas de un entorno, teniendo que analizar estas para convertirlas en estrategias que beneficien a la organización; en segundo se encuentra la misión, donde se tiene que definir de manera concreta una dirección, un camino a seguir por parte de la organización, diseñar sus actividades y objetivos a largo plazo; en tercer lugar está la participación, el cual busca optimizar las habilidades, actitudes, aptitudes y conocimientos del talento humano en la organización; y por último, está la consistencia en donde se tiene que definir los sistemas, procedimientos y valores organizacionales, para aplicarlos en sus actividades, además de realizar un autoanálisis de estos, en busca de la mejora continua.

Finalmente, se establece el modelo propuesto por Schein (2010) en donde se explica la cultura organizacional en base a tres principios/dimensiones principales, hablando acerca de la estructura organizacional, las creencias, y los objetivos establecidos por la organización, reflejando de esta manera, los pensamientos, sentimientos, necesidades y deseos del organismo (*ver figura 3. Modelo Schein*).

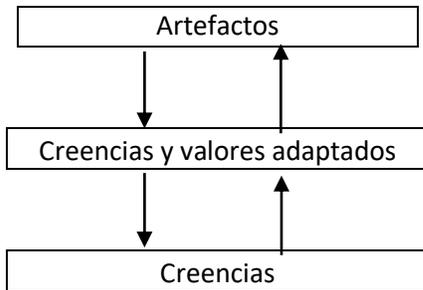


Figura 3. Modelo Schein (2010).

Al realizar un exhaustivo análisis acerca de los modelos presentados, que tienen que ver con la cultura organizacional, se decide trabajar con el modelo propuesto por Cameron y Quinn (1999).

2.2.4. Responsabilidad social empresarial.

El término de responsabilidad social empresarial se ha fortalecido en la última década, siendo un elemento de gran relevancia para el desarrollo organizacional; con la finalidad de entender y contextualizarse acerca del significado de la RSE, a continuación, se presentan las siguientes definiciones.

Carnegie (1889) fue de los primeros autores importantes en hablar acerca de la variable, mencionaba como las organizaciones presentan ciertos principios de operación, entre ellos la caridad y la custodia, en donde, por medio de estas realizan aportaciones significativas a la sociedad generando así un cambio de perspectiva, de una unidad económica hacia una unidad social, que tiene repercusiones en la calidad de vida de las personas. Por otro lado, Clark (1916) mencionaba que, la RSE era una urgencia de las organizaciones por concientizarse acerca de los problemas que estaban surgiendo en la sociedad, y que era necesario adquirir una responsabilidad económica y ecología.

A su vez, está la perspectiva de Bowen (1953) que es considerado padre de la RSE; tal variable es definida como la obligación del empresario de adoptar políticas, y desarrollar decisiones, que acompañen líneas de acción deseables según los objetivos

y valores de la sociedad. Mientras que Carroll (1979) decía que la RSE eran aquellas acciones que se componían por una perspectiva económica, ética y legal, desarrollando soluciones hacia los problemas de la sociedad a través de la actividad organizacional. Posteriormente Carroll (1999) agrega una nueva perspectiva y genera un nuevo constructo a partir de su modelo teórico; en donde especifica como la RSE está compuesta por una dimensión legal, económica, ética y filantrópica, determinando que los negocios debían ser rentables y obedecer a la ley, promoviendo condiciones éticas, apoyando a la sociedad y realizando contribuciones monetarias, de tiempo y talento para el desarrollo social.

Por otro lado, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) explican que la RSE son todas aquellas acciones voluntarias por parte de las empresas, para ocuparse de las necesidades sociales y medioambientales, generadas por su operación organizacional. Además, la Norma ISO 26000 (2010) afirma que la RSE es todo lo referente a aquellas obligaciones que adquieren las organizaciones debido a su actividad empresarial y decisiones, generando de esta manera comportamientos éticos y transparentes, para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad; responder a las necesidades de las partes interesadas; y cumplir con la normatividad internacional.

En conclusión, el termino de responsabilidad social empresarial ha sido utilizado a través del tiempo, con la intención de responder ante las problemáticas y necesidades de la sociedad, esto quiere decir, que el termino se ha aplicado a diferentes ámbitos, ya sea derechos humanos, ética, corrupción, ambiente, seguridad, entre muchos más; las organizaciones de hoy en día, se rigen por normas socialmente responsables, que regulan las prácticas y el desarrollo de las actividades dentro de las organizaciones. Finalmente, se define la responsabilidad social empresarial, como cualquier actividad o práctica que se desarrolle en el ámbito organizacional, que este destinada a apoyar en los rubros de la salud, la educación, la seguridad, o el ambiente de la sociedad en la que se vean inmersas las operaciones de dichas unidades de negocio.

2.2.5. Importancia de la responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad social empresarial juega un papel importante en el desarrollo de la sociedad, tal como lo expresa Ospina y Sotelo (2013) ya que esta no solamente está enfocada en satisfacer los intereses de los accionistas en las organizaciones, sino que busca un equilibrio entre lo organizacional y lo social, en búsqueda de la disminución de daños ocasionados por la operación generada dentro de la organización, obteniendo así ciertos beneficios para las empresas.

Cabe destacar, la perspectiva planteada por Sarmiento (2011) ya que explica la creciente necesidad de la sociedad, por la generación de organizaciones socialmente responsables, plasmando este distintivo como una inversión. Además, una correcta gestión acerca de las prácticas y actividades socialmente responsables, relacionándolas con la estrategia de la organización, genera ciertos beneficios, tanto en aspectos sociales, culturales, tecnológicos, ambientales o de salud.

Por eso mismo, es crucial la participación de todas las partes interesadas en el desarrollo del distintivo de la responsabilidad social empresarial en las organizaciones, ya que al presentarse un interés activo por el desarrollo de este, existe un compromiso ético por la generación de actividades y la consideración de la situación actual en cuestiones ambientales, siendo una preocupación real por parte de los dirigentes en las organizaciones, tomando así, curso de acción ante las problemáticas ambientales, de falta de educación, de delincuencia, entre otros (González, 2007).

Concluyentemente, la responsabilidad social empresarial juega un papel importante en el desarrollo de las sociedades, ya que, las organizaciones que están dedicadas a la actividad comercial, industrial o de servicios, siendo pequeñas, grandes o medianas, tienen flujos de efectivo bastante interesantes, mantienen ingresos que utilizan para la inversión de su organización; actualmente, estas organizaciones han detectado la necesidad social, y buscan utilizar o destinar estos recursos en apoyo a la sociedad, y generar un ambiente de sustentabilidad, no solo empresarial, sino también de

seguridad social e individual, ya sea en aspectos económicos, sociales, ambientales, educación, entre otros. Por otro lado, las organizaciones al tener estos recursos, son quienes tienen mayores oportunidades por generar un cambio en la sociedad, ya que, al destinar estos ingresos a proyectos socialmente responsables, pueden generar cambios significativos y beneficiosos.

2.2.6. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.

Existen diversos modelos que plantean las dimensiones que aborda la responsabilidad social empresarial, propuestos por una gran cantidad de autores, con puntos de vista y perspectivas diferentes; el primero, propuesto por Carroll (1999), en donde se habla acerca de cuatro dimensiones clave dentro de la responsabilidad social empresarial (*ver tabla 2. Dimensiones Carroll RSE*) siendo presentadas a continuación:

Tabla 2

Dimensiones Carroll RSE

No.	Dimensión
1	Responsabilidad filantrópica.
2	Responsabilidad ética.
3	Responsabilidad legal.
4	Responsabilidad económica.

Fuente. Adaptado de Carroll (1999).

Con base en lo propuesto por Carroll (1999), se observa que la responsabilidad social empresarial, consta de cuatro dimensiones clave. Siendo la primera a considerar, la económica, en donde en base a la operación en la que este inmersa la empresa, genera ciertos beneficios por medio de esta, no solo para sus fines, sino que en base a sus aportaciones económicas puede realizar acciones que conlleven al desarrollo de prácticas socialmente responsables; en segundo, está la dimensión legal, que trata de plasmar toda la parte legislativa de la responsabilidad social empresarial, estableciendo la normatividad que debe cumplir las organizaciones para obtener una certificación socialmente responsable; el tercero, la ética, que hace referencia a las decisiones y acciones éticas que pueden beneficiar o perjudicar la imagen y el

desarrollo sustentable en las organizaciones; finalmente, la filantrópica, que hace referencia a las actividades que realiza la organización de manera voluntaria, sin buscar un objetivo en particular. Por otro lado, están las dimensiones propuestas por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) que a continuación se muestran (*ver tabla 3. Dimensiones de RSE según el libro verde de la CCE*):

Tabla 3

Dimensiones de RSE según el libro verde de la CCE

No.	Dimensión
1	Adaptación al cambio.
2	Gestión de recursos humanos.
3	Salud y seguridad en el trabajo.
4	Socios comerciales, proveedores y consumidores.
5	Gestión del impacto ambiental y de los recursos ambientales.
6	Problemas ecológicos mundiales.
7	Comunidades locales.
8	Derechos humanos.

Fuente. Adaptado de Comisión de las Comunidades Europeas (2001).

Con base en lo anterior, se puede decir que estas dimensiones están enfocadas a cuestiones más específicas, por ejemplo, se habla acerca de una adaptabilidad al cambio, que hace referencia a la capacidad de las organizaciones para responder ante las nuevas tendencias o escenarios; en segundo se habla de la gestión de los recursos humanos, de la manera en cómo se gestionan sus actividades; en tercero, se habla acerca de la dimensión en donde se preocupan por las condiciones en el trabajo y el clima laboral, preocuparse por la salud del trabajador; en cuarto, se habla de satisfacer la necesidad de los stakeholders; la quinta, en como las organizaciones miden sus actividades y que tanto pueden afectar al medio externos; el sexto, que hace referencia a las actividades de la organización para el apoyo a la solución de problemáticas mundiales; finalmente el séptimo, que hace referencia lo que se le otorga a la sociedad que está inmersa en las actividades de cada una de las organizaciones.

Finalmente, se muestran las dimensiones propuestas por la norma ISO 26000 (2010), que a continuación se presentan (*ver tabla 4. Dimensiones de la RSE según la norma ISO 26000*):

Tabla 4

Dimensiones de la RSE según la norma ISO 26000

No.	Dimensión
1	Gobierno de la organización.
2	Prácticas operativas justas.
3	Prácticas laborales.
4	Temas de consumidores.
5	Medio ambiente.
6	Involucramiento de la comunidad y desarrollo de la sociedad.
7	Derechos humanos.

Fuente. Adaptado de ISO 26000 (2010).

Ante este contexto, se puede decir que las dimensiones propuestas por la norma ISO 26000 (2010), hablan de cuestiones concretas, donde primeramente se establece la dimensión de gobierno de la organización, que hace referencia al tipo de liderazgo existente en la empresa; en segundo término, se tienen las prácticas operativas justas, en donde se cuidan las condiciones laborales y la división justa de responsabilidades; en tercero, se habla acerca de las prácticas laborales, de lo que se realiza en la operación diaria; en cuarto, temas de consumidores, todo lo referente al consumidor final; quinto, medio ambiente, del cuidado de este y el desarrollo de actividades sustentables; sexto, involucramiento de la comunidad y el desarrollo de la sociedad, que hace referencia al desarrollo de proyectos que beneficien a la comunidad que está inmersa en la actividad organizacional; finalmente, el séptimo, derechos humanos, el cumplimiento de estos y la correcta gestión de ellos dentro del ámbito organizacional.

2.3. Marco referencial.

Finalmente, se muestra una breve descripción acerca de los principales estudios de índole empírico, en los que se basará el presente documento de investigación. Esta sección se dividirá en dos subsecciones, la primera tratará acerca de todas aquellas

investigaciones empíricas que tengan que ver con las variables de estudio, y que hayan desarrollado sus resultados a través de métodos estadísticos paramétricos; mientras que la segunda parte del apartado, abarcará todos los estudios que utilizaron métodos estadísticos no paramétricos.

2.3.1. Investigaciones desarrolladas con métodos paramétricos.

El primer estudio del que se tiene que hablar es el desarrollado por Ülke (2009) con la finalidad de investigar la conexión entre los tipos de CO y las dimensiones de la RSE, tal estudio se realizó en empresas de industria electromecánicas de China, Japón, Rusia, Republica Checa, Finlandia, Alemania y Eslovaquia, obteniendo de esta manera una población de estudio de 6,094 sujetos. Se utilizó un cuestionario de 38 ítems, utilizando el modelo de Cameron y Quinn, comparando los resultados utilizando la comparación de medias de ANOVA, para finalmente utilizar el análisis de regresión lineal y encontrar conexiones estadísticamente relevantes entre estas dos variables. Con base en lo anterior, las características de las organizaciones de tipo clan, jerárquica y adhocrática explican y tienen mayor relación con el desempeño de las empresas con respecto a las problemáticas sociales. Mientras que, la cultura de tipo mercado está enfocada mayormente en los intereses de los agentes, o los conocidos stakeholders.

La segunda investigación a mencionar, es el de Kim y Park (2011) orientado a explorar la percepción de los estudiantes universitarios y el atractivo de la RSE sobre la CO, analizando de esta manera la respuesta de 126 estudiantes del curso de relaciones públicas de una universidad en el suroeste de Estados Unidos. Obteniendo los datos mediante un instrumento, con una escala de Likert de siete puntos, con un Alfa de Cronbach de 0.845, utilizando el método de varianza y multivarianza para el análisis de datos. Los resultados mostraron que los estudiantes percibían que la RSE era una condición ética importante de una empresa. Y es que, según el estudio la RSE puede ser una estrategia efectiva de desarrollo y de gestión en las empresas.

El tercer documento, generado por Rishi y Moghe (2013) esta investigación estuvo destinada a explicar la relación entre la CO y la RSE; los resultados fueron obtenidos mediante un instrumento adaptado, que constaba por 28 ítems y estaba dividido por una escala de Likert de cinco puntos, obteniendo un índice de confiabilidad por Alfa de Cronbach de 0.86, utilizando así un método mixto para obtener los objetivos especificados. Demostrando así que, si la política de RSE no está integrada con la cultura organizacional, puede no contribuir positivamente a la construcción de la imagen organizacional. Entonces, para obtener la ventaja competitiva completa de las iniciativas de RSE, es necesario que los valores sociales y culturales centrales se integren con la política de RSE de la organización y se desarrollen en los empleados. Solo entonces pueden aprovechar la dimensión social de la estrategia corporativa.

En cuarto, Gutiérrez, et al. (2017), con la finalidad de identificar el grado de incidencia de la responsabilidad social y la cultura organizacional en empresas familiares; desarrollando de esta manera, el estudio en 80 empresas familiares en Ameca, Jalisco, México. Cabe destacar que, para validar el instrumento se utiliza el Alfa de Cronbach, y arroja una confiabilidad de instrumento del 0.878. Ante este contexto, se produce una investigación de tipo exploratoria-descriptiva, que utiliza la técnica de correlación canónica, e identificar la relación existente en estas dos variables. Además, se utiliza para la recolección de información un instrumento con escala de Likert, con el que se puede identificar una correlación existente entre estas dos variables, ya que los resultados obtenidos lanzan coeficientes de 0.505 en el ámbito de la cultura organizacional, mientras que en la responsabilidad social 0.407, en las empresas familiares, por lo tanto, se destaca la importancia de integrar estas dos variables, en organizaciones de mayor relevancia.

El quinto estudio, es el de Lee y Kim (2017) que buscaba examinar el rol de la RSE sobre la CO, por medio de un análisis confirmatorio, para esto se utiliza el modelo de Cameron y Quinn para la CO, obteniendo los siguientes índices de Alfa de Cronbach en cada una de las siguientes dimensiones: 0.945 para la cultura clan; 0.860 para la adhocrática; 0.870 para la cultura tipo mercado; finalmente 0.699 para la cultura tipo

jerárquica. Resaltando de esta manera la efectividad de la RSE y el enfoque de contingencia para explicar el ajuste vertical entre la RSE y la cultura organizacional en una empresa. Examinando así, una influencia moderadora en la cultura organizacional de las 151 empresas que participaron en el estudio; obteniendo de esta manera la respuesta de 4,269 sujetos. Los resultados sugieren que algunas culturas organizacionales moderan la relación entre la RSE y los resultados financieros, y que la cultura organizacional puede desempeñar un papel importante para mejorar una relación positiva entre la RSE y el desempeño de la empresa.

La sexta investigación a mencionar, se habla de lo producido por Carro, et al. (2017), esta investigación tenía la meta de determinar como la CO influía en la sustentabilidad de las empresas, desarrollando una investigación a manera de estudio de caso en una empresa dedicada a la industria de la cerámica en México. Tales autores para la obtención de información adaptaron un instrumento, en la CO utilizaron el modelo Denison, mientras que, la variable de sustentabilidad, utilizaron el modelo de desarrollo sustentable de Carro, Reyes, Rosano y Garnica, diseñando de esta manera un instrumento con base en escala de Likert, validando el instrumento a través del juicio de cinco expertos y un índice de Alfa de Cronbach de 0.947. Los resultados obtenidos fueron sometidos a un análisis inferencial, demostrando de esta manera que la CO influía de forma positiva en las dimensiones institucionales y sociales del modelo de sustentabilidad, identificando de esta manera la necesidad por desarrollar estrategias en las industrias mexicanas en temas de sustentabilidad y responsabilidad social, considerando estas dos últimas como incentivos sustantivos para la cultura de cualquier organización.

Finalmente, está el proyecto de Pasricha, Singh y Verma (2017) que buscaba analizar la influencia del liderazgo ético y la RSE en la CO, realizando diferentes análisis para obtener los resultados esperados, tales como análisis por correlación, análisis confirmatorio y utiliza un modelo de ecuación estructural; para obtener la información necesaria, los autores desarrollan un instrumento con base en los modelos de Cameron y Quinn, utilizando solamente los ítems que componen la cultura tipo clan y

adhocrática, por otra parte, para el liderazgo y la RSE, se utiliza el modelo de escala de liderazgo ético, obteniendo así un instrumento de 22 ítems, con un índice de Alfa de Cronbach de sus dimensiones entre 0.914 y 0.978 respectivamente. Los datos se obtuvieron mediante la participación de 350 dirigentes de empresas del sector salud en India. Los resultados revelaron que el liderazgo ético influye directa e indirectamente en las prácticas de RSE. La influencia indirecta del liderazgo ético implica cultivar culturas de clanes y adhocrática, que a su vez influyen en la RSE. Estos hallazgos son significativos para los líderes de empresas sociales que buscan alentar el comportamiento socialmente responsable de sus organizaciones.

2.3.2. Investigaciones desarrolladas con métodos no paramétricos.

Se debe hablar acerca del documento desarrollado por Pelekais y Rivadeneira (2008), que tenía el objetivo de determinar la relación entre la CO y la responsabilidad social en universidades públicas de Colombia. Este estudio, obtuvo información por medio de las respuestas del personal directivo, docente y administrativo de diversas universidades públicas colombianas. Para la obtención de información se utilizaron dos instrumentos, dirigido a dos grupos diferentes, validando su confiabilidad a través del método de juicio de expertos y el método estadístico de correlación Spearman-Brown obteniendo coeficientes del 0.93 y 0.90 respectivamente. Demostrando de esta manera, una relación proporcional y moderada entre los elementos que residen en la cultura organizacional y la responsabilidad social de las universidades públicas en el contexto colombiano, teniendo de esta manera una relación positiva fuerte, destacando el funcionamiento, los procesos educativos, cognoscitivos, epistemológicos y sociales de las organizaciones bajo estudio.

Por otro lado, está la investigación desarrollada por Encalada (2015) donde su meta primordial era el de establecer la relación entre la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial, desarrollándose en pequeñas industrias de la Ciudad de Loja, Ecuador. Tomando en cuenta para el desarrollo de su estudio, el modelo propuesto por Robbins y Cajiga, generando así una investigación empírica de

índole no experimental descriptiva-correlacional, de corte transversal, obteniendo información confiable en base a los índices arrojados de Alfa de Cronbach, con índices del 0.902 respectivamente. Al tratarse de una investigación que buscaba correlacionar dos variables, se utilizó el coeficiente de correlación Spearman, concluyendo así, que existe una relación alta entre estas dos variables arrojando resultados significativos de coeficiente 0.715, siendo un nivel estadístico bilateral, en pequeñas industrias de la Ciudad de Loja, demostrando de esta manera, la necesidad de desarrollar la cultura organizacional en este tipo de empresas, teniendo un campo de crecimiento bastante interesantes, siendo desde el nivel local, hasta el internacional.

Por último, está el proyecto generado por Delgado y Seminario (2016), que tenía objetivo determinar la forma de relación de la CO y la RSE en una empresa constructora en México, utilizando de esta manera el modelo Denison en la CO, y el modelo de la Fundación del Empresario Chihuahuense para la RSE. Ante este contexto, se desarrolla la investigación por medio del método correlacional de Spearman Brown, obteniendo un coeficiente de 0.4, determinando las autoras de esta manera, que no existe una relación significativa entre estas dos variables, y aunque, se menciona que estas dos variables en la actualidad tratan de fortalecer su CO mediante los proyectos socialmente responsables, en ese periodo determinado de tiempo, los índices de competitividad de las empresas disminuyeron de tal manera, que provocaron tal relación inexistente entre las variables de estudio.

CAPÍTULO III

METÓDO

En el siguiente apartado se explicará de manera detallada todos los elementos necesarios para el desarrollo de la presente investigación, tales como los sujetos que se tomaron a consideración al momento de recaudar información; los materiales utilizados, el procedimiento realizado, entre otras cosas.

Se debe mencionar que según Tam, Vera y Oliveros (2008) la investigación a realizar es de índole cuantitativa, ya que se utilizaron métodos estadísticos tradicionales; además es no experimental pues no se manipularon las variables bajo estudio; cabe destacar que, este es de corte transversal debido a que la información fue recopilada en un momento único. Por otro lado, el método para analizar la información es la comparación de medias por medio del ANOVA, que según Botero, Arbeláez y Mendoza (2009) es uno de los métodos más precisos al momento de calcular la variabilidad entre diversos factores, basado en la técnica estadística de análisis de efectos.

3.1. Sujetos.

La población a encuestar que se consideró para recaudar información, constaba de los dirigentes de pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial manufactureros ubicadas en Ciudad Obregón, Sonora, México. En donde, según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas de INEGI (2017) está compuesta por 114 organizaciones. Cabe destacar que, dicha población fue sometida al método de censo, en donde se obtuvo una tasa de respuesta del 61.4% obteniendo de esta manera la respuesta de 70 dirigentes de dichas empresas, de las cuales 28 respondieron el instrumento de manera física, mientras que los 42 restantes respondieron la encuesta por medios electrónicos.

3.2. Materiales.

Para la recaudación de información se adaptó un instrumento; en la cultura organizacional se utiliza el modelo propuesto por Cameron y Quinn (1999), ya que, según Ruiz y Naranjo (2012) el modelo de Cameron y Quinn sobresale de los demás. Además, es uno de los modelos culturales más referidos y validados en la literatura internacional. Y se ha utilizado en más de 10,000 organizaciones, en un contexto internacional; este modelo es bastante claro y tiene vasta evidencia empírica. Cabe destacar que Naranjo y Calderón (2015), explican que es el principal modelo al momento de relacionar la cultura organizacional con otra variable. Dicho instrumento, consta de 24 ítems, dividido en seis dimensiones y tiene la finalidad de detectar el tipo de cultura que existe en las organizaciones; para responder tal instrumento, originalmente se utiliza la escala de suma constante.

Por otro lado, en la responsabilidad social empresarial, existen muy pocos autores que son realmente relevantes en este rubro, por ejemplo: Carnegie (1889); Clark (1916); Bowen (1953); Carroll (1999). Y de todos estos autores, solamente Carroll expone las dimensiones que componen esta variable. Por eso mismo, se tomó de referencia un instrumento realizado que considerará las dimensiones expuestas por este autor, por lo tanto, se adapta el instrumento de Pérez (2016), el cual se conforma por 34 ítems,

divido en cuatro dimensiones y se responde con base en una escala de Likert de seis puntos.

Se debe mencionar que se realizaron ciertas adecuaciones al momento de diseñar el instrumento, primeramente, se crea un apartado en donde los encuestados responderían aspectos sociodemográficos. Obteniendo información acerca del puesto, la edad, el sexo, la antigüedad de los participantes, entre otros. Por otro lado, se modificó la escala de respuesta del instrumento de Cameron y Quinn (1999) para homogeneizar la escala que se utilizaría en dicho instrumento, implementando de esta manera una escala de Likert de seis puntos. Ya han sido múltiples las ocasiones en donde se modifica esta escala de suma constante por la de Likert, obteniendo resultados positivos (Dutch, 2004; Scott, et al., 2003; Obenchain y Johnson, 2004; Naranjo y Calderón, 2015). A continuación, se muestra la descripción detallada del instrumento diseñado (*ver tabla 5. Operacionalización del instrumento*).

Tabla 5

Operacionalización del instrumento

VARIABLE	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN	INDICADOR	ITEM
Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Características dominantes	Las características dominantes de la organización, o cómo es la organización general	% de características en la organización	1-4
Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Liderazgo organizacional	El estilo y enfoque de liderazgo que impregnan la organización	El estilo de liderazgo predominante	5-8
Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Gestión de los empleados	La gestión de los empleados o el estilo que caracteriza cómo se trata a los empleados y cómo es el entorno de trabajo	% de empleados motivados y satisfechos	9-12
Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Unión de la organización	El pegamento organizacional o los mecanismos de unión que mantienen unida a la organización	% de unión en los equipos de trabajo	13-16
Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Énfasis estratégico	Los énfasis estratégicos que definen qué áreas de énfasis impulsan la	% de importancia en cuestiones estratégicas	17-20

Cultura Organizacional	Cameron y Quinn (2006)	Criterio de éxito	estrategia de la organización Los criterios de éxito que determinan cómo se define la victoria y qué se recompensa y celebra	% de objetivos cumplidos	21-24
Responsabilidad Social Empresarial	Pérez (2016)	Responsabilidad legal	Las responsabilidades legales de los negocios corresponden con las expectativas de la sociedad de ver que las empresas cumplan con sus obligaciones económicas dentro del marco de los requisitos legales	% de normas cumplidas	25-27
Responsabilidad Social Empresarial	Pérez (2016)	Responsabilidad ética	Las responsabilidades éticas de los negocios reflejan los códigos, normas y valores no escritos que implícitamente se derivan de cada sociedad; estas responsabilidades van más allá de los requisitos legales y requieren que las empresas cumplan con las normas establecidas que definen un comportamiento apropiado	% de valores cumplidos según lo establecido en el marco filosófico	28-38
Responsabilidad Social Empresarial	Pérez (2016)	Responsabilidad económica	Las responsabilidades económicas de los negocios reflejan la creencia de que las empresas tienen la obligación de ser productivas y rentables, así como satisfacer las necesidades de los consumidores de cada sociedad	% de productividad y rentabilidad	39-48

Responsabilidad Social Empresarial	Pérez (2016)	Responsabilidad filantrópica	Las responsabilidades filantrópicas de los negocios son voluntarias por naturaleza y reflejan el deseo común de ver que las empresas se involucren activamente en la mejora de la sociedad	% de atención a grupos de interés	49-56
------------------------------------	--------------	------------------------------	--	-----------------------------------	-------

Fuente. Elaboración propia.

3.3. Procedimiento.

Se describirá cada una de las etapas desarrolladas en el estudio.

En primer paso, se tuvo que identificar una problemática; el investigador se dio la tarea de leer vasta cantidad de información e identificar aquellos temas que tienen mayor relevancia en la actualidad. Posterior a esto, se crea una idea que brindaría los cimientos del presente proyecto, llevando a cabo una revisión de literatura en diferentes bases de datos, como REDALYC, DOAJ, SCIELO, SCOPUS, ELSEVIER, entre otros; tal información brindo una idea más clara acerca de lo que se había realizado ya anteriormente, otorgando una perspectiva de la metodología del estudio realizado.

El segundo paso, ya con las bases del proyecto establecidas, se identificó la problemática y se planteó de tal manera, que se visualizó claramente la necesidad de realizar el presente estudio, además de los beneficios que este traería a la comunidad científica y empresarial de la región en donde se llevó a cabo. Después, el autor se dio la tarea de especificar cuáles serían los objetivos a lograr con el proyecto, con la finalidad de crear una guía y evitar de esta manera que el estudio se desviará y se enfocará en otro tipo de cuestiones o problemáticas. Por consiguiente, ya que el autor tuvo una idea clara al respecto sobre lo que se quiere lograr, este formula las hipótesis.

El tercer paso, se determinó y seleccionó una población de estudio para desarrollar la investigación; con base en la revisión de literatura realizada anteriormente de los principales autores acerca de las variables de estudio, se adaptó un instrumento a manera de encuesta para la obtención de datos que le permitiera específicamente lograr los objetivos planteados. Se debe mencionar que dicho instrumento fue sometido a una prueba piloto, siendo aplicado a sujetos de otros sectores, y no dañar la población original con la que se llevaría a cabo el presente proyecto de investigación. Tal prueba, es realizada con base en la perspectiva de 30 sujetos pertenecientes a pequeñas y medianas empresas del sector comercial y de servicios; la información recaudada es analizada por medio del paquete estadístico SPSS Statistic 25 para identificar el grado de confiabilidad de los datos (Para ver la confiabilidad de los instrumentos aplicados, *ver tabla 6. Alfa de Cronbach de la investigación*).

Como cuarto paso, ya realizada la prueba piloto y al obtener la confiabilidad de Alfa de Cronbach adecuada, se llevó a cabo la recolección de información; cabe destacar que, se contaba con la posible participación de 114 organizaciones, sin embargo, solamente 70 empresas decidieron participar en el estudio, por medio de visitas a las industrias (previa cita) y a través de medios electrónicos se envió de dicha encuesta (*para ver el instrumento final aplicado ver apéndice uno. Instrumento*). Se tiene que mencionar que, de igual manera para verificar la confiabilidad de los datos obtenidos, se someten a la prueba estadística de Alfa de Cronbach, obteniendo los siguientes resultados (*ver tabla 6. Alfa de Cronbach de la investigación*):

Tabla 6

Alfa de Cronbach de la investigación

Variable	Prueba piloto	Investigación
Cultura organizacional	0.737	0.810
Responsabilidad social empresarial	0.949	0.869

Fuente. Elaboración propia.

El quinto paso, se realizó la prueba de ANOVA para comparar las medias obtenidas, lo que permitió identificar la existencia o no, de una diferencia significativa entre los tipos de CO y las dimensiones de RSE a las que estaban mayormente enfocadas la población encuestada. Finalmente, con los resultados obtenidos, se elabora un reporte para especificar de manera detallada aquellas situaciones identificadas a lo largo de la investigación, y aportar a la comunidad científica información relevante acerca de las variables de estudio. Posterior a esto, el investigador presentó ante un sínodo académico en una institución de educación superior, los resultados obtenidos con la finalidad de obtener el título de maestro en gestión organización.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se mostrarán los hallazgos obtenidos durante la investigación; primeramente, se hablará acerca de los resultados descriptivos, que tienen que ver con los aspectos sociodemográficos de la población encuestada, posteriormente, se realiza la comprobación de hipótesis mediante la información recopilada. Por otra parte, a través de la teoría, tanto teórica como empírica, se desarrollarán discusiones para observar diferencias o discrepancias entre los diversos estudios que se hayan realizado tomando en consideración las variables de estudio, con la finalidad de enriquecer y generar nuevo conocimiento en el rubro.

4.1. Resultados descriptivos.

Los hallazgos recopilados en la presente investigación se derivaron por medio de los cuestionamientos acerca de la situación actual de la empresa, en aspectos que tienen que ver con su cultura organizacional, así como sus proyectos y actividades involucradas en la responsabilidad social empresarial.

La primera parte de la encuesta es acerca de datos sociodemográficos, con la finalidad de obtener una contextualización acerca del tamaño de la empresa, su giro, su tiempo en el mercado (*ver tabla 7. Datos demográficos de las empresas encuestadas*):

Tabla 7

Datos demográficos de las empresas encuestadas

Giro	%	Tamaño	%	Antigüedad	%
Industrial	100%	Pequeña	75.71%	De 1 a 5 años	5.71%
		Mediana	17.14%	De 6 a 10 años	11.43%
		Grande	7.15%	10 años o más	82.86%

Fuente. Elaboración propia.

Con lo anterior se puede observar que, las 70 organizaciones que conformaron la población a encuestar, forman parte del sector industrial manufacturero; por otro lado, se debe mencionar que la mayoría de empresas eran de tamaño pequeño, 53 específicamente las pertenecientes a este rubro, pues dentro de la zona de Ciudad Obregón, Sonora, México, la mayoría de empresas del presente sector tiene entre 11 a 50 trabajadores, siendo clasificadas como pequeñas empresas, mientras que 12 organizaciones encuestadas son identificadas como medianas, y solamente cinco corresponden como gran empresa. Cabe destacar, que la actividad industrial se encuentra bien posicionada en la región, la mayoría de las organizaciones encuestadas, 58 empresas para ser precisos, tienen una antigüedad en el mercado de más de 20 años, destacando la importancia del sector ya que fue una de las más importantes durante los inicios del siglo XX, y actualmente es la cuarta actividad más importante en toda la región de Sonora.

En la segunda parte de los datos sociodemográficos, está dirigido acerca del sexo, el puesto, su antigüedad y nivel de estudios de los gerentes encuestados, obteniendo de esta manera información concreta acerca del perfil del sujeto de estudio (*ver tabla 8. Datos demográficos de los gerentes participantes*):

Tabla 8

Datos demográficos de los gerentes participantes.

Sexo	%	Puesto	%	Antigüedad	%	Estudios	%
Masculino	68.57%	Gerente general	68.57%	De 1 a 5 años	30%	Secundaria.	2.85%
Femenino	31.43%	Gerente de área	31.43%	De 6 a 10 años	28.57%	Preparatoria.	21.44%
				10 años o más	35.71%	Licenciatura.	70%
				Datos perdidos	5.72%	Otro.	5.71%

Fuente. Elaboración propia.

Ante este contexto se puede decir lo siguiente; la mayoría de las personas que dirigen empresas del sector industrial son del sexo masculino, con un total de 48 sujetos para ser exactos, mientras que el restante (22) son del sexo femenino. Por otro lado, se puede observar como una cantidad considerable en la población encuestada juega el rol de director general de la empresa, mientras que 22 sujetos tenían un puesto de gerente de área. Es de mencionar que, un alto porcentaje de los sujetos entrevistados (64.28%) tenían una antigüedad en la empresa a partir de 6 años, ya que eran los dueños directos de las empresas; otro punto a destacar es el surgimiento de nuevas organizaciones en dicho sector, también hay una cantidad de empresas nuevas que tratan de competir en el mercado. Finalmente se observa, como gran parte de la población que dirigen empresas o áreas del sector industrial, cuentan con estudios universitarios, siendo un total de 53 personas, demostrando de esta manera que dicho sector es bastante exigente con la preparación de sus dirigentes, además de que el restante de preparatoria o secundaria, son personas que emprendieron su propio negocio en el sector hace más de una década.

4.1.1. Comprobación de hipótesis.

Posterior a que el encuestado respondiera acerca de los datos sociodemográficos, comienza la sección de las variables de estudio, donde en la primera parte se realizan 24 cuestionamientos acerca de la cultura organizacional, y en la segunda parte se

realizan las 32 preguntas restantes de la encuesta, que hacen referencia a la responsabilidad social empresarial. Ahora bien, mediante el modelo de Cameron y Quinn (1999) este permite identificar el tipo de culturas predominantes en cada organización, obteniendo los siguientes resultados en la presente población de estudio (ver tabla 9. Tipos de cultura de la población encuestada):

Tabla 9

Tipos de culturas de la población encuestada

Tipo de cultura	Frecuencia
Clan	18
Adhocrática	5
Mercado	22
Jerárquica	25

Fuente. Elaboración propia.

Con el análisis efectuado se puede observar que, la mayoría de las pequeñas, medianas y grandes organizaciones del sector industrial, muestran dos tipos de cultura predominantes, la jerárquica (25) y la de mercado (22). Según Cameron y Quinn (1999), la primera es caracterizada porque regularmente en este tipo de organizaciones se encuentran una gran cantidad de mecanismos de control y procedimientos enfocados en la eficiencia y la reducción de situaciones que pudieran ocasionar incertidumbre en la actividad operacional, además está altamente normalizada en cuanto a procesos, responsabilidades, tareas o actividades. Por otro lado, la segunda que esta mayormente enfocada en el alcance de los objetivos organizacionales, promoviendo de esta manera la competitividad, el análisis de los competidores, la identificación de tendencias tanto en el ambiente interno como el externo y constante planeación para el desarrollo de estrategias.

Posterior en la tabla 10, se realiza el análisis principal de la investigación, permitiendo identificar y relacionar los tipos de CO y las dimensiones de RSE en las que mayormente están enfocadas cada una de las 70 organizaciones encuestadas, para esto, se realizó una tabla de contingencia que según López (2014) es una tabla destinada analizar la relación entre dos variables o más, de manera estadística.

Como puede observarse, no se pueden percibir diferencias notorias entre los tipos de cultura y las dimensiones en las que están enfocadas cada una, pues al hacer la comparación por medias, se identifican diferencias por décimas. Sin embargo, es necesario mencionar como todas las culturas están mayormente orientadas en realizar sus acciones y actividades socialmente responsables a través de las dimensiones que tienen que ver con aspectos legales y económicos.

Tabla 10

Relación tipos de cultura y dimensiones de RSE

Tipo CO/Dimensión RSE	Legal	Ética	Económica	Filantrópica
Clan	5.39	4.95	5.14	4.39
Adhocrática	5.47	5.02	5.48	4.80
Mercado	5.49	4.95	5.35	4.63
Jerárquica	5.38	4.95	5.19	4.51

Fuente. Elaboración propia.

Esta situación se da, precisamente por la problemática que planteaba Lloret (2014) pues la RSE se ha estado implementando de manera superficial en los últimos años, esto quiere decir que, los dirigentes de las organizaciones se han dado la tarea de realizar modificaciones dentro de sus estructuras de negocio implementando practicas socialmente responsables, pero de igual manera, ellos mismos perciben tales acciones como un gasto que les permitirá obtener ciertos beneficios, entre ellos el aumento de ingresos, y que a su vez, no se están preocupando ni tratando por clarificar o resolver las problemáticas sociales, ya que, solamente están buscando cumplir con ciertas normativas o políticas de los gobiernos, que les permita operar de manera sólida dentro de los mercados, y tener la posibilidad de entrar a los mercados emergentes e internacionales, teniendo las certificaciones enfocadas en la responsabilidad social adecuadas.

Finalmente, en la tabla 11 se realizó el análisis estadístico por la significancia asintótica bilateral. Demostrando de esta manera que, no existe una diferencia significativa entre los tipos de cultura y sus dimensiones de RSE a las que están enfocadas las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora,

México; pues para que se considera la existencia de una diferencia significativa, debe existir una significancia asintótica bilateral menor a 0.05. Como se ha mencionado anteriormente, se cree que se obtienen estos resultados debido a la implementación superficial de la RSE en la cultura de las organizaciones.

Tabla 11

Significancia asintótica bilateral de los grupos

Dimensión RSE (Entre grupos)	Suma de cuadrados	Media cuadrática	Significancia asintótica bilateral
Legal	.198	.066	.790
Ética	.22	.007	.993
Económica	.779	.260	.115
Filantrópica	.936	.312	.827

Fuente. Elaboración propia.

4.2. Discusión.

Dentro de la presente investigación, que tenía por objetivo identificar si existe una diferencia significativa entre los tipos de CO y las dimensiones de RSE en las están enfocadas las organizaciones del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora se utilizó un instrumento de 56 ítems, de los cuales 24 constaban del modelo planteado por Cameron y Quinn (1999), mientras que, los ítems restantes fueron adaptados por el instrumento de Pérez (2016), tal instrumento se respondía a través de una escala Likert de seis puntos, teniendo un índice de confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0.810 para la CO, y 0.869 en lo que respecta la RSE. Con base en lo anterior, y realizando las pruebas estadísticas correspondientes, por medio de la comparación de medias por ANOVA, se descubre que la mayoría de la población encuestada presentaba de forma predominante una CO jerárquica o de mercado, además de que, los cuatro tipos de CO en la población están mayormente enfocados en desarrollar sus actividades dentro de las dimensión legal y económica de la RSE. Por lo tanto, el presente estudio identifico que no existe una diferencia estadística entre los tipos de CO y las dimensiones a las que están enfocadas las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial de Ciudad Obregón, Sonora, México. Con base en lo anterior,

además de investigaciones teóricas y empíricas que tomen como referencia las variables de estudio, se presentan las siguientes discusiones.

Inicialmente, se tiene que hablar acerca de las diferencias entre los conceptos que hablan los diversos autores, acerca de las variables de estudio. En primer lugar, está el término de CO, que según Schwartz y Davis (1981) específicamente se trata de un patrón organizacional en donde las creencias y perspectivas entre los grupos sociales de las organizaciones son compartidas, creando de esta manera las políticas y normatividad para establecer lo correcto y lo no aceptable en la conducta empresarial. Por otro lado, está la visión de Denison (1996) y define la CO a una construcción basada en creencias, tradiciones y principios estableciendo de esta manera un sistema estructurado hacia los mandos altos, medios y bajos de cualquier organización, cabe destacar que, este mismo autor plantea un modelo para relacionar de manera directa la cultura de las organizaciones con los procesos internos de la organización y mejorar su competitividad, entre ellos la efectividad, la gestión del conocimiento, entre otros, por medio de cuatro dimensiones que son misión, participación, adaptabilidad y consistencia.

Finalmente, Cameron y Quinn (1999) explican como las organizaciones presentan características, individualidades y singularidades considerándose de esta manera únicas, destacando de esta manera la existencia de una cultura en la organización, así como de subculturas determinadas por los grupos sociales dentro de estas unidades económicas. Además, estos autores plantean un modelo teórico que tiene como finalidad identificar el tipo de CO predominante de las organizaciones, siendo determinadas por seis dimensiones (características dominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, unión de la organización, énfasis estratégico y criterio de éxito).

En segundo lugar, está el término de RSE que es definido por Carnegie (1889) como aquellos principios de caridad y custodia, en donde las unidades de negocio se dedican a realizar acciones o aportaciones que son significativas para las comunidades,

transformando tales organizaciones en unidades sociales. Además, Bowen (1953) especifica que la RSE son todas aquellas responsabilidades y obligaciones de los directivos, por solucionar las problemáticas sociales, desarrollando políticas, reglas, actividades y toma de decisiones que satisfagan las necesidades de la sociedad. Por otro lado, Carroll (1979) establece que la RSE eran aquellas acciones que se componían por una perspectiva económica, ética y legal, desarrollando soluciones hacia los problemas de la sociedad a través de la actividad organizacional.

Como puede observarse, cada una de estas definiciones en las dos variables presenta perspectivas únicas. Por ejemplo, en la CO de Schwartz y Davis (1981) es determinada por las acciones aceptables en las organizaciones; por otro lado, Denison (1996) especifica la variable como un sistema estructurado de operación para los altos, medianos y bajos mandos; y Cameron y Quinn (1999) como singularidades que establecen un tipo de operación determinado por características únicas, definiendo de esta manera un estilo de trabajo. Ahora bien, la RSE en donde Carnegie (1889) la caracteriza por la transformación del negocio a una unidad social; mientras que, Bowen (1953) destaca la obligación de tratar las problemáticas sociales; y finalmente Carroll (1979) la actividad empresarial enfocada en diversas dimensiones.

Cada uno de estos autores, tanto en sus definiciones como en sus modelos, plantea singularidades que destacan su perspectiva. Por lo anterior, se puede decir que una cultura basada en la responsabilidad social, puede ser definida como aquel sistema gerencial que está destinado a cumplir con las obligaciones y responsabilidades éticas de las organizaciones sobre la sociedad, adaptándose de manera adecuada y oportuna ante los nuevos escenarios, retos, deseos y necesidades del ambiente externo organizacional. En otro orden de ideas, se analizarán las investigaciones mencionadas en el apartado *marco referencial*, esto con la finalidad de identificar semejanzas y diferencias entre los resultados obtenidos en la presente investigación y aquellos documentos que analizan las mismas variables de estudio.

Por lo tanto, la CO y la RSE se han estudiado en una gran cantidad de ocasiones, generando nueva teoría en este rubro llamado cultura socialmente responsable. Algunos autores determinan que existe una relación entre estas dos variables, utilizando un método de correlación para medirla (Pelekais y Rivadeneira, 2008; Rishi y Moghe, 2013; Encalada, 2015; Gutiérrez, Silvana y Santamaría, 2017, Lee y Kim, 2017). Por otro lado, también la teoría explica que no existe una relación entre estas dos variables, cuando los datos no presentan índices de normalidad y es tratada a través de la correlación de Spearman (Delgado y Seminario, 2016). A su vez, se ha analizado la cultura socialmente responsable a través de análisis de perspectivas, mediante un método mixto (Kim y Park, 2011); se ha estudiado estas dos variables por medio de análisis inferenciales (Carro, Sarmiento y Rosano, 2017); de igual manera, se ha identificado la existencia de influencia de una variable sobre la otra (Pasricha, Singh y Verma, 2017). Finalmente, con otro tipo de métodos, en este caso regresión lineal, Ülle (2009) dice que existe una conexión entre los tipos de CO y las dimensiones de la RSE, estableciendo de igual manera una relación entre estas dos variables; entre otros estudios.

El estudio de Pelekais y Rivadeneira (2008) donde su meta era la de determinar la relación entre la CO y la responsabilidad social en las universidades públicas, obtiene información por medio del personal directivo, docente y administrativo de tales instituciones, usando dos instrumentos y teniendo como resultado una relación proporcional y moderada entre las variables, destacando el contexto colombiano y el ámbito educativo. Se pueden identificar diversas diferencias entre los estudios, en primer lugar, el contexto pues el presente se realiza dentro de las industrias mexicanas, mientras que el analizado en un call center colombiano; en segundo lugar, está el objetivo y el método de análisis efectuado, pues el estudio analizado buscaba una relación entre variables utilizando un método de correlación, mientras que el presente buscaba identificar en que dimensión están enfocadas los tipos de CO a través de una comparación de medias por ANOVA.

Por otro lado, Ülke (2009) realiza un estudio de regresión lineal para encontrar conexiones entre los tipos de CO del modelo de Cameron y Quinn, y las dimensiones de RSE, obteniendo información por medio del personal de empresas electromecánicas de ocho países, identificando de esta manera conexiones estadísticamente favorables y relevantes entre los tipos de cultura y las dimensiones del desempeño de las empresas y las problemáticas sociales, destacando el contexto europeo y asiático. En este estudio, existen similitudes con los objetivos, pues los dos estudios comparan los tipos de CO utilizando el modelo de Cameron y Quinn, para identificar en que dimensión de RSE se enfocan más; es de destacar como el estudio analizado se realiza en diferentes continentes, teniendo una población a encuestar mucho mayor que la realizada en el presente trabajo, identificando así, como la mayoría de organizaciones son de cultura jerárquica, mientras que en el proyecto realizado la cultura predominante era de mercado y jerárquica. Por otra parte, la principal diferencia es el método utilizado, pues el de Ülke (2009) utiliza la regresión lineal, mientras que el propio se realiza a través de un análisis de medias por ANOVA. Además, otra diferencia a recalcar es el modelo de RSE utilizado, pues el del autor mencionado anteriormente utiliza solamente dos dimensiones de la RSE, que serían la preocupación por las problemáticas sociales, y respecto a las partes interesadas, mientras que el presente se enfoca en aspectos legales, económicos, filantrópicos y éticos.

También a destacar, Kim y Park (2011) que generaron una investigación que buscaba explorar la percepción de estudiantes universitarios acerca de la RSE y CO, permitiendo de esta manera establecer una relación entre estas dos variables, resultando esto como una condición ética importante para las organizaciones. El estudio examinado presenta diferencias en el contexto, ya que uno es desarrollado en una universidad norteamericana, mientras que otro en las industrias mexicanas; otra diferencia es la percepción de estudiantes, y la percepción de los dirigentes. Finalmente, para obtener los objetivos de la investigación, uno utiliza métodos mixtos como análisis de varianza y multivarianza, mientras que el presente análisis ANOVA. Y diferencias en los instrumentos utilizados, pues en el del estudio se utiliza una escala

de Likert de siete puntos, mientras que en la presente investigación se usa una escala de seis puntos.

Cabe mencionar lo producido por Rishi y Moghe (2013), ya que, fue un estudio diseñado para explicar la relación entre la CO y la RSE en una industria de electrodomésticos en India, estableciendo de esta manera una relación entre las variables, y la necesidad de integrar los valores sociales ante las culturas centrales de las organizaciones para poder generar una cultura basada en la RSE. Las discrepancias dentro de este estudio son el método utilizado, los objetivos buscados, y el contexto donde se realiza.

Posterior, hay que analizar el trabajo de Encalada (2015), que buscaba establecer la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en pequeñas industrias del sector alimenticio en Ecuador, utilizando el modelo de Robbins y Cajiga en la CO y el modelo del Centro Mexicano de Filantropía para la RSE. Tal estudio determinó una relación significativa entre estas dos variables, utilizando el método de correlación de Spearman. A diferencia de la presente investigación, este estudio realiza un análisis por las diferentes dimensiones que componen las variables, utilizando un método estadístico no paramétrico. Y aunque en el estudio no se menciona exactamente la cantidad de organizaciones que tomó en consideración al realizar su estudio, se identifican índices bastante altos, que permiten establecer la existencia de una correlación alta entre estas dos variables, cabe destacar que también tiene mucho que ver el tamaño de empresa en el que se concentró el autor, pues en la presente investigación al tomar en consideración las pequeñas, medianas y grandes empresas, las ideas y prácticas basadas en la RSE así como su ideología iba a variar de gran manera en los resultados finales.

A su vez, cabe destacar el estudio realizado por Delgado y Seminario (2016) que tenía como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en una empresa constructora de la ciudad de Trujillo, Perú. Esta investigación fue de índole cuantitativa, utilizando el método

correlacional, tomando en consideración para la cultura organizacional el modelo de Denison y en la responsabilidad social empresarial el modelo de la FECHAC, obteniendo de esta manera que no existe relación entre las dos variables utilizando el método de Spearman. Ahora bien, se obtiene un índice bastante bajo, explicando de esta manera una correlación baja, siendo interpretada que no existe relación entre las dos variables por esta autora, sin embargo, se cree que es inequívoca la idea de tratar de generalizar la existencia de una relación entre estas dos variables con base en la perspectiva proporcionada por un caso único.

De igual manera, se debe mencionar el estudio realizado por Gutiérrez, et al. (2017), en donde su objetivo era el de identificar el grado de incidencia de la RSE y de la CO de empresas familiares, exactamente en 80 empresas de Jalisco, México de los diferentes giros. De igual manera, esta investigación se realiza con base en una perspectiva cuantitativa, utilizando el método de correlación, obteniendo una relación moderada entre las dos variables. Sin embargo, este estudio demuestra como las empresas familiares se preocupan mayormente por crear una cultura o una identidad en las organizaciones, por ende, se preocupan por los beneficios que estas puedan ocasionar para el medio ambiente y la sociedad. Sin embargo, es de suma importancia el exponer la idea de concientizar a los empresarios mexicanos, acerca de la importancia de implementar las prácticas socialmente responsables en la identidad y los modelos de negocios de las organizaciones, pues con este tipo de proyectos, indicadores como la salud, la desigualdad, la contaminación o la seguridad mejorarían de manera considerable.

Asimismo, está el documento de Lee y Kim (2017) que tenía el propósito de examinar el rol de la RSE sobre la CO en una empresa utilizando el método de análisis confirmatorio, obteniendo una influencia moderada entre una variable sobre la otra, por medio de la perspectiva de 151 organizaciones. De igual manera, que estudios anteriormente analizados, las diferencias recaen en la parte del contexto, los modelos utilizados, la cantidad de población encuestadas, y los objetivos de las investigaciones.

Además, está la investigación de Pasricha, Singh y Verma (2017) que tenía por objetivo el analizar la influencia del liderazgo ético y la RSE en la cultura organizacional por medio de la visión de 350 dirigentes en empresas del sector de la salud en India. La principal diferencia entre esta investigación, y el presente documento es que, una realiza el análisis de tres variables como lo es el liderazgo ético, la RSE y la CO, mientras que la presente utiliza solamente dos variables. Determinando así una influencia indirecta entre las variables.

Finalmente, se habla acerca del estudio realizado por Carro, et al. (2017), con el objetivo de determinar como la cultura organizacional influye en la sustentabilidad empresarial, desarrollado como un estudio de caso en una empresa dedicada a la fabricación y distribución de cerámica en México, con un enfoque cuantitativo, tomando en consideración el modelo Denison para la cultura organizacional y el modelo de Carro, Reyes, Rosano y Garnica en la responsabilidad social empresarial, con base en un análisis de correlación de Pearson se identifica la influencia de la cultura entre las dimensiones que componen la variable de responsabilidad social empresarial. Se identifica como aspectos culturales, por ejemplo, el involucramiento, la adaptabilidad, la misión y la consistencia, juegan y tienen una relación bastante fuerte con la responsabilidad social empresarial.

Con base en los estudios analizados, se puede decir que, la principal aportación de la presente investigación, fue el identificar que la cultura socialmente responsable dentro de las organizaciones del sector industrial, de Ciudad Obregón, Sonora, México, se ha estado aplicando de manera superficial; pues con los resultados obtenidos, se pudo identificar que este tipo de organizaciones están mayormente enfocadas en las acciones y actividades que componen la dimensión legal y económica de la RSE, por lo tanto, las actividades que son consideradas de mayor peso en el rubro, como lo son las éticas y las filantrópicas pasan a segundo término. Esto quiere decir que, las empresas de este rubro, han preocupado sus esfuerzos en solamente cumplir con la normatividad o las nuevas políticas de los gobiernos, realizando grandes inversiones que les permitiera operar en los nuevos mercados, inclusive los mercados

internacionales, sin embargo, han dejado de lado las necesidades y las problemáticas sociales, haciendo de esta manera que las organizaciones obtengan ciertos beneficios, pero no los que son realmente contundentes y positivos para el desarrollo de estas industrias, llevando como consecuencia el no alcanzar las expectativas de los dirigentes, y de esta manera considerar cualquier acción o actividad que tenga que ver con la RSE como un gasto y no una inversión, por consiguiente es necesario cambiar esa perspectiva para poder alcanzar los verdaderos beneficios de la cultura socialmente responsable; es una realidad que las investigaciones determinan que existe una relación/influencia positiva o moderada entre estas dos variables, que sus características y elementos convergen, sin embargo, tales conocimientos son aplicados de manera errónea.

En otro orden de ideas, en el caso de cualquier empresa, ya sea por su giro o tamaño, esta va a presentar un tipo de CO predominante, caracterizada ya sea por cuidar cuestiones internas, la normatividad, la competitividad o las tendencias; por medio de estas características únicas, pueden generarse propuestas e implementarse de tal manera, que generen beneficios significativos para la sociedad y las comunidades mexicanas, se debe mencionar, que con este tipo de proyectos o propuestas tales problemáticas sociales no se van a solucionar por completo, sin embargo, estas van a ser tratadas de tal manera que los indicadores pueden bajar y aumentar la calidad de vida de las personas. Posterior a lograr esto, las personas que identifiquen como las organizaciones realmente tienen una cultura socialmente responsable, y no solo la aplican de manera superficial, estas tendrán una ventaja competitiva y una preferencia ante las otras organizaciones, trayendo beneficios tanto económicos, como de prestigio para las marcas, aumentando sus posibilidades de éxito, innovación y liderazgo en el mercado.

Cabe destacar que, las pequeñas, medianas y grandes empresas cuentan con diferentes recursos y capacidades para su desarrollo, pero el conseguir tales certificaciones, modificar sus operaciones y estructuras al ámbito sostenible, no debe ser considerado un gasto para los empresarios, sino como una inversión a largo plazo

que va beneficiar a sus accionistas y permitir a las organizaciones el mejorar la situación de la sociedad. El analizar correctamente las características de las organizaciones, ejemplifica una ventaja de suma relevancia ante la competencia, esto debido que, al identificar sus características, por lo tanto, el tipo de CO que predomina dentro de su unidad económica, esto posibilitaría de gran manera el desarrollo de una cultura enfocada en la RSE, elevando la competitividad de la empresa, y estructurando de manera sólida tanto sus procesos, como su operación, siempre bajo un enfoque de sustentabilidad.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de este último capítulo es de presentar las ideas y reflexiones finales referente a todos los datos obtenidos a lo largo del documento, así como de demostrar el acierto o equivocación de la hipótesis ya antes mencionada al inicio del documento, posteriormente se incluyen las recomendaciones que se consideran convenientes para enriquecer el estudio realizado.

5.1. Conclusiones.

Para concluir, la revisión de literatura permitió clarificar ciertas situaciones acerca de la cultura socialmente responsable; por ejemplo, la CO en su totalidad, es un sistema estructurado que permite establecer aquellas situaciones que son consideradas correctas e incorrectas dentro de las sociedades y las organizaciones, por lo tanto, desarrolla normas, políticas y reglas que controlan la incertidumbre que pueda producirse en las unidades económicas. Por otro lado, la RSE que nació debido a las diversas necesidades del siglo XX, en donde existía problemáticas por aspectos ambientales, calidad de productos y jornadas laborales, llevando de esta manera a los directivos, el tomar decisiones y adquirir obligaciones con base en la ética y la

responsabilidad, caracterizada por ser una herramienta en la ayuda y resolución de las diversas problemáticas sociales. Ahora, la cultura socialmente responsable, una variable que nació debido a que se han generado diversos estudios tomando a consideración la CO y la RSE; este es un sistema organizacional, que tiene como finalidad cambiar la perspectiva de las empresas, del ser unidades económicas a sociales, con el desarrollo de políticas, normas, reglas y proyectos que tomen en consideración las pautas socialmente responsables, en búsqueda de generar beneficios que sean significativos para las sociedades.

Actualmente, las empresas se han dado la tarea de generar una gran cantidad de actividades, proyectos e iniciativas que tengan que ver con la RSE, sin embargo, muchas de estas han fracasado debido a que no han entendido por completo su importancia. Algunos directivos, solamente consideran esta variable como un gasto, e inclusive como una característica que solamente les va permitir cumplir con ciertos requisitos gubernamentales que les permita establecerse en otros mercados internacionales, aplicándose de esta manera en la estructura empresarial, de una manera superficial. Pero, aquellas empresas que comprenden la necesidad social de hoy en día, y realmente están enfocadas en desarrollar temas de sustentabilidad a través de su CO, logran que estas dos variables se fusionen. Al no implementarse la cultura socialmente responsable de forma superficial, y que sea considerada como una inversión, contribuye de gran manera para el desarrollo sustentable de la sociedad, y hace que las organizaciones obtengan una gran cantidad de beneficios, además de tratar de forma directa o indirecta en temas como, la calidad de vida de las personas, el aumento de los índices de educación, generar mejores tasas de empleo, disminución de delincuencia debido a mayores oportunidades laborales, entre otros.

Por otra parte, cuando se habla acerca de los tipos de CO, cada una tiene características únicas e inigualables que le permitirían de manera sólida, el relacionarse de forma directa ante las diversas dimensiones, elementos y practicas socialmente responsables, por ejemplo, las empresas que presentaron elementos para ser clasificadas *clan*, este tipo de organizaciones que tienen bastante preocupación

por sus aspectos internos, y la trata justa del personal, va tratar de una manera singularmente ética a cada uno de sus integrantes, además de que va tratar las situaciones internas de una manera políticamente correcta. Por otro lado, la cultura *adhocrática*, esta es identificada por sus altos niveles de flexibilidad, este tipo de organización al presentarse los cambios y las nuevas tendencias socialmente responsables puede tomar acciones de manera inmediata para responder ante las problemáticas sociales y de esta manera tener una ventaja competitiva ante aquellas empresas que deciden o no actuar ante la incertidumbre. A su vez, están las de tipo *mercado*, que utilizan diversas herramientas con la finalidad de seguir siendo competitivas, en este caso la RSE. Y finalmente las *jerárquicas*, en donde, mediante sus reglas, normativas y políticas pueden enfocarse en aspectos sostenibles, no solo de manera interna, sino de forma externa.

También es necesario comentar, como las pequeñas, medianas y grandes empresas son mayormente consideradas al momento de desarrollar la RSE entre sus actividades, sin embargo, las micro empresas también tienen la obligación de tener un rol más protagónico en esta parte. Aunque, muchas veces la idea de que, las grandes empresas tienen mejores oportunidades debido a que presentan mayores recursos y otro tipo de capacidades que las micro o pequeñas, si este rubro organizacional, que es bastante extenso, unifica sus esfuerzos, puede realizar una gran cantidad de acciones, actividades, propuestas o proyectos, que tengan resultados de mayor impacto, que los logrados por las grandes empresas en los últimos años, pero es cuestión primeramente de iniciativa, y que este rubro de mercado se organice de tal manera, que no busque beneficios económicos, sino un impacto benéfico para la sociedad.

Por lo anterior, es fundamental la tarea de los gobiernos para promocionar y difundir de una manera más asertiva y constante acerca de temas sostenibles, de verificar realmente si las actividades que realizan las empresas están teniendo resultados positivos hacia la sociedad, ya que, el analizar la situación que se presente en la actualidad, le va permitir a los sistemas gubernamentales adquirir información que

brinde pauta a las necesidades de capacitación, en lo que es necesario para que las micro y pequeñas empresas necesiten aprender o formalizar y tengan una mayor participación no solo en el mercado, sino en el tratamiento de las diversas problemáticas sociales.

Por último, es necesario mencionar como las organizaciones de la actualidad deben considerar el poder modificar sus actividades o normativas para tener una clasificación de tipo *adhocrática*, pues el mercado de la actualidad es tan vertiginoso y tan lleno de cambios, que la incertidumbre y el caos organizacional se presentan cada vez de una manera más regular, por eso mismo, el tener una CO basada en ese tipo, va permitir a las empresas de los diferentes giros el responder de una manera eficiente ante las diferentes situaciones y escenarios de los años venideros.

5.2. Recomendaciones.

A continuación, se presentan ciertas recomendaciones para generar próximos estudios que tengan relación con las variables analizadas en el presente proyecto de investigación; además de ciertas recomendaciones dirigidas hacia las organizaciones que deseen implementar las prácticas y la ideología socialmente responsable en su operación y actividad empresarial.

Ahora bien, hablando acerca del proyecto, como primera recomendación para futuras investigaciones, sería la de ampliar la población con la que se obtuvo la información, tomando a consideración una mayor a 100 sujetos; por otro lado, también sería pertinente considerar realizar este tipo de estudios en organizaciones de diferentes giros, ya sea, el comercial y de servicios; además de que, tales investigaciones pueden ser generadas en otras ciudades, brindando de esta manera contextos diferentes y diversos puntos de vista, que puedan enriquecer el presente estudio y lo ya analizado entre las variables estudiadas.

La segunda recomendación sería, el de realizar un estudio de regresión lineal entre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial con base en el modelo de Cameron y Quinn en el sector industrial. Esto quiere decir, que se realice un estudio que permita identificar qué tipo de cultura, ya sea la de clan, jerárquica, adhocrática o de mercado, tiene una mayor relación con las actividades y las practicas socialmente responsables en las industrias mexicanas. Ya que, con este tipo de estudios se va identificar qué tipo de cultura promueve más esos índices de sustentabilidad en México, por lo tanto, las empresas comenzarán a adoptar ese tipo de cultura, teniendo de esta manera empresas más competitivas y que se preocupen por cuestiones sociales. Además, si se sigue optando por el modelo de Cameron y Quinn se recomienda utilizar una escala Likert de cinco puntos, pues al implementar una escala de número impar esta permitirá establecer de forma equitativa una media, una mediana y el error, ya que si se utiliza una escala de número esta escala esta desbalanceada.

La tercera recomendación, en caso dado que se desee realizar una investigación entre las dos variables, seria tomar en consideración el modelo expuesto por Denison, Janovics, Young y Cho, pues este modelo promueve las dimensiones y las subdimensiones que pueden tener una relación directa con la responsabilidad social empresarial, además que, en este caso es mucho más fácil de manipular la eliminación de ítems. Caso contrario al modelo de Cameron y Quinn, ya que, este instrumento está diseñado para identificar el tipo de cultura de las organizaciones, por medio de seis ítems dividido en cada una de las seis dimensiones que presenta el instrumento, entonces, al eliminar un ítem de cualquier dimensión y querer aumentar algún índice de confiabilidad, inconscientemente se están manipulando los resultados, resultando un tipo de cultura diferente al que realmente existe en las empresas.

Finalmente, referente a las recomendaciones si se quiere realizar alguna otra investigación con estas dos variables; se recomienda ampliamente enfocarse en algún otro sector empresarial, aunque es cierto que la industria es de aquellos sectores que genera mayores índices de contaminación y que necesita ser estudiado para observar

que actividades están realizando en contra de esta situación; no presentan tantas facilidades al momento de brindar la información requerida, además de que los dirigentes en muchas ocasiones al tener grandes cargas de trabajo, no prestan el tiempo, la actitud o la atención necesaria para poder realizar este tipo de investigaciones, también se recomienda, en caso de que se desee realizar un estudio en la industria, realizarlo a manera de estudio de caso, y de esta forma se le preste la atención necesaria con la finalidad de desarrollar correctamente la investigación, cabe destacar que en caso dado, se debería de tomar en consideración todas las partes que componen a la organización, desde directivos hasta operativos.

Ahora bien, se realizan las siguientes recomendaciones hacia aquellas empresas que deseen implementar las prácticas y la ideología socialmente responsable en sus modelos de negocio. En primer lugar, los dirigentes deben hacer una revisión de literatura exhaustiva y muy general acerca de lo que es la responsabilidad social empresarial, sus beneficios y como llevarla a cabo, de igual manera tienen que realizar esta tarea para la cultura organizacional, ya que esto les llevará a comprender su importancia en el sector empresarial y su actividad operacional. Posterior a esto, los dirigentes se tienen que dar la tarea de leer investigaciones acerca de estas dos variables, de cómo es su relación, para identificar qué aspectos son los que conviven y permiten la creación de una cultura socialmente responsable.

En segundo lugar, se debe comprender acerca de la problemática actual de la responsabilidad social empresarial, de cómo los dirigentes en las empresas la abordan de una manera superficial y evitar esto. Ya que, el eludir la idea de que la responsabilidad social empresarial es solamente obtener un reconocimiento que permita extender la actividad laboral de manera internacional es inequívoca, y se tiene que identificar esta variable como una herramienta para erradicar las problemáticas sociales, que tiene que ser implementada en las plataformas de las empresas, para no ayudar solo de manera externa, sino que también interna, ya sea en las familias de los trabajadores, o el bienestar del mundo.

Ya realizado esto, las empresas pueden comenzar a desarrollar proyectos o planeaciones con base en esta índole, en generar aportaciones a la sociedad ya sea en cuestiones ambientales, o promover programas de educación para evitar la violencia o la delincuencia. Finalmente, ya al aplicar tales recomendaciones, las empresas se van a encontrar capacitadas y así, poder implementar la responsabilidad social en su plataforma filosofa, modificar de tal manera la misión, la visión y los valores de las empresas para que no solamente sea una cultura socialmente responsable por proyectos, sino que sea un estilo de vida o un estilo de trabajo, que día a día se labore, poder auxiliar o resolver las problemáticas de la sociedad, y así disminuir índices como la violencia, la pobreza, la contaminación, la falta de educación, entre otros.

ANEXOS

No se utilizaron anexos en la presente investigación.

APÉNDICES

Apéndice uno. Instrumento.

Folio:

ESTUDIO: RELACIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Estimado administrador: de la manera más atenta se le solicita su colaboración para llevar a cabo el presente estudio, referente a la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial, en las pequeñas, medianas y grandes empresas de Ciudad Obregón, Sonora. El tiempo de respuesta estimado del cuestionario es de alrededor 15 minutos.
Cabe destacar que, los datos serán utilizados únicamente con fines académicos y de carácter confidencial.

Ahora, favor de anotar la siguiente información:

Nombre de la empresa: _____		Giro: _____	
Antigüedad de la empresa:		Número de empleados:	
De 1 a 5 años _____		Hombres: _____	
De 6 a 10 años _____		Mujeres: _____	
10 años o más _____		Total: _____	
Puesto: _____		Antigüedad en el puesto: _____	
Sexo: (M)____ (F)____ (Otro)_____			
Nivel de estudios:			
Secundaria: _____		Licenciatura (especifique): _____	
Preparatoria: _____		Otro (Especifique): _____	
Parentesco con el dueño:			
Hijo: _____		Hermano: _____	
Nieto: _____		Pareja: _____	
Sobrino: _____		Otro: _____	
		Ninguno: _____	
		Negocio propio: _____	

Instrucciones:

En el siguiente documento se le realizan 56 cuestionamientos referente a la cultura organizacional y la responsabilidad en su empresa. Para poder ser respondidas, se utilizará una escala de Likert, que consta de seis puntos.

Ahora bien, por favor marque con una "X" la casilla de la escala que más se asemeje a la situación actual de su empresa.

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	La empresa es un lugar muy personal. Es como una familia. Las personas disfrutan la compañía de otros.						
2	La empresa es un lugar muy dinámico con características emprendedoras. A las personas les gusta tomar riesgos.						
3	La empresa está muy orientada a los resultados. La mayor preocupación es hacer el trabajo bien hecho. Las personas son competitivas entre sí.						
4	La empresa es muy estructurada y controlada. Generalmente los procedimientos dicen a las personas que hacer.						
5	El liderazgo en la organización generalmente es usado como un instrumento para facilitar, guiar y enseñar a sus miembros.						
6	El liderazgo en la organización generalmente es usado como un instrumento para apoyar la innovación, el espíritu emprendedor y la toma de riesgos.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
7	El liderazgo en la organización generalmente es usado para asegurar el logro de los resultados.						
8	El liderazgo en la organización es generalmente usado para coordinar, organizar o mejorar la eficiencia.						
9	El estilo de gestión de la empresa se caracteriza por el trabajo en equipo, el consenso y la participación.						
10	El estilo de gestión de la empresa se caracteriza por el individualismo y la libertad.						
11	El estilo de gestión de la empresa se caracteriza por la alta competencia, altas exigencias y logros.						
12	El estilo de gestión de la empresa se caracteriza por dar seguridad de los puestos de trabajo y la estabilidad en las relaciones humanas.						
13	Lo que mantiene unida a la organización es la lealtad y la confianza mutua.						
14	Lo que mantiene unida a la organización son los deseos de innovación y desarrollo. Existe un énfasis en estar al límite.						
15	Lo que mantiene unida a la organización es el ganar y tener éxito, ya que son temas comunes.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
16	Lo que mantiene unida a la organización son las políticas y las reglas. Mantener a la organización en marcha es lo importante.						
17	La empresa enfatiza el desarrollo humano. La confianza es alta, junto con la apertura y la participación.						
18	La empresa enfatiza la adquisición de nuevos recursos y desafíos. El probar nuevas cosas y la búsqueda de oportunidades son valoradas.						
19	La empresa enfatiza el hacer acciones competitivas y ganar espacios en los mercados.						
20	La empresa enfatiza la permanencia y la estabilidad. La eficiencia, el control y la realización correcta del trabajo son importantes.						
21	La empresa define el éxito sobre la base del desarrollo de los recursos humanos, el trabajo en equipo, las relaciones personales y el reconocimiento de las personas.						
22	La empresa define el éxito sobre la base de contar con un producto único o el más nuevo. Se debe ser líder en productos e innovación.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
23	La empresa define el éxito sobre la base de la participación de mercado y el desplazamiento de la competencia. EL liderazgo de mercado es la clave.						
24	La empresa define el éxito sobre la base de la eficiencia en el cumplimiento de sus tareas.						
25	La empresa se asegura de que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley.						
26	La empresa se asegura de cumplir sus obligaciones contractuales.						
27	La empresa tiene un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto (seguridad social, tributaria, entre otros).						
28	La empresa está comprometida con realizar el bien siguiendo los principios de ética.						
29	La empresa respeta los principios éticos en sus relaciones, teniendo prioridad su cumplimiento sobre el logro de un rendimiento económico superior.						
30	La empresa tiene un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
31	La empresa se niega a operar en lugares donde se violan los derechos humanos.						
32	La empresa proporciona un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso independientemente de su sexo, raza, origen o religión).						
33	La empresa defiende el cumplimiento de los derechos humanos.						
34	La empresa respeta los derechos humanos de las personas contratadas en el extranjero.						
35	La empresa implanta políticas de apoyo a la conciliación de la vida familiar y la profesional.						
36	La empresa se compromete con sus empleados (formación, desarrollo profesional, generan empleo fijo, les ofrecen beneficios sociales).						
37	La empresa realiza memorias de responsabilidad social empresarial.						
38	La empresa ayuda a los países en desarrollo.						
39	La empresa trata de obtener el máximo beneficio de su actividad.						
40	La empresa trata de obtener el máximo éxito a largo plazo.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
41	La empresa trata de asegurar su supervivencia a largo plazo.						
42	La empresa ofrece productos de mayor calidad.						
43	La empresa ofrece productos de más valor para el consumidor.						
44	La empresa se preocupa por incorporar las I+D a sus servicios para incrementar tanto la calidad como la seguridad.						
45	La empresa ofrece una excelente atención al cliente.						
46	La empresa busca dar soluciones de forma ágil y resolver diligentemente las reclamaciones.						
47	La empresa coopera con la competencia.						
48	La empresa participa en la creación de empleo.						
49	La empresa efectúa donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro.						
50	La empresa apoya a programas solidarios y de ayuda a colectivos desfavorecidos.						
51	La empresa se preocupa de mejorar el bienestar general de la sociedad.						
52	La empresa está comprometida con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera.						

#	AFIRMACIÓN	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
53	La empresa patrocina o financia activamente eventos sociales y culturales.						
54	La empresa apoya a organizaciones de educación.						
55	La empresa aporta recursos para incrementar la conciencia sobre los problemas sociales tales como el hambre y violencia doméstica.						
56	La empresa apoya programas de salud pública, tales como la lucha contra el sida, el cáncer y otras enfermedades.						

¡Muchas gracias por su tiempo y cooperación en el presente estudio!

Fuente. Elaboración propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aceves, J. N., Gónzales, N. E., Rodríguez, M., & López, M. E. (2016). MiPyMes de Cd. Obregón, Sonora y su apreciación hacia la sustentabilidad. *Revista de Negocios & PyMes*, 2(4), 42-55.
- Álvarez, M. C., & Vargas, R. A. (2011). Beneficios que trae para las empresas la incorporación de la RSE en sus objetivos corporativos: caso colombiano. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (58-59), 56-71.
- Ayyagari, M., Demirgüç, A. & Maksimovic, V. (2011). Small vs. Young Firms Across the World – Contribution to Employment, Job Creation, and Growth. *Policy Research Working Paper*, 5631, 1-41.
- Banco Mundial. (2017). *Producto Interno Bruto de México*. Recuperado de: <http://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>
- Bertalanffy, L. (1989). *Teoría General de los Sistemas; fundamentos, desarrollo, aplicaciones* (Séptima ed.). México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bloch, R., & Oddone, N. (2007). Las PyMES en Italia: ¿Por qué estudiar un modelo exitoso? *Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social*, 1(2), 445-453.
- Botero, M., Arbelaéz O., & Mendoza, J. A. (2007). Método ANOVA utilizado para realizar el estudio de repetibilidad y reproducibilidad dentro del control de calidad de un sistema de medición. *Scientia et Technica*, XIII(37), 533-537.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harper.
- Cámara de Diputados. (2017). *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_190517.pdf
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. Addison Wesley Massachusetts.

- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. United States, San Francisco. John Wiley & Sons, Inc.
- Cardozo, E., Velásquez, Y., & Rodríguez, C. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte. *XVI Congreso de Ingeniería de Organización*.
- Carnegie, A. (1889). The Gospel of Wealth. *North American Review*. 45-50.
- Carroll, A.B. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4(4): 497-505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility; Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3). 268-295.
- Carro, J., Sarmiento, S., & Rosano, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Gerenciales*, 33, 352-365.
- Centro Mexicano de Filantropía. (2019). *Listado de grandes empresas con distintivos RSE*. Recuperado de: https://www.cemefi.org/esr/images/2019/listado_ESR2019_junio.pdf
- Centro Mexicano de Filantropía. (2019). *Listado de PYMES con distintivo RSE*. Recuperado de: https://www.cemefi.org/esr/descargas/Lista_2019_PYMES.pdf
- Charón, L. (2007). Importancia de la Cultura Organizacional para el desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad. *Ciencia en su PC*, (5), 87-95.
- Chaves, J. (2004). Desarrollo tecnológico en la primera revolución industrial. *Norba. Revista de Historia*, 17, 93-109.
- Clark, J. M. (1916). The Changing Basis of Economic Responsibility. *Journal of Political Economy*, 24(3), 209-229.
- Comisión de las comunidades europeas. (2001). *Libro verde; fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de:

<https://observatoriorsc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>

- Conraud, E., Ojeda, J. F., & Arredondo, M. G. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes del Estado de Guanajuato* (Primera ed.). México, D.F.: Pearson Educación, S.A. de C.V.
- Cújar, A. C., Ramos, C. D., Hernández, H. E., & López, J. M. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 350-355.
- Delgado, M. K., & Seminario, H. D. (2016). *Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial: un enfoque correlacional* (Tesis Magister). Universidad Privada del Norte, Perú.
- Denison, D. (1996). What is the Difference between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native's Point of View on a Decade of Paradigm Wars. *The Academy of Management Review*, 21(3), 619-654.
- Denison, D., Janovics, J., Young, J., & Cho, H. J. (2006). *Diagnosing Organizational Cultures: Validating a Model and Method*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/228801211_Diagnosing_organizational_cultures_Validating_a_model_and_method
- Dutch, M. (2004). *Applying an expanded contingency perspective to assess the appropriateness of SHRM. Best Practices* (Tesis doctoral). Universidad de Houston, Estados Unidos.
- Encalada, J. (2015). Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja. *Revista SurAcademia*, (3), 30-39.
- Enderle, G. (2004) Global competition and corporate responsibilities of small and medium-sized Enterprises. *Business Ethics: A European Review*. 13(1), 51-63.

- Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General; Coordinación-Control-Previsión-Organización-Mando* (Décimo cuarta ed.). Argentina, Buenos Aires: El Ateneo.
- Fong, C., & Ocampo, L. E. (2011). La pyme en México, modelos de creación de empresas exitosas: el caso de las nacidas globales, las gacelas y las spin-off. *Revista Internacional de Investigadores en Competitividad*, 5(1), 1068-1088.
- Garza, M. T., Guzmán, E., Egri, C. P., & Hernández, D. (2013). Pequeños empresarios mexicanos y canadienses; un estudio comparativo en cuanto a su orientación emprendedora. *Nova Scientia*, 5(10), 73-100.
- Garza, R. (2000). Creación de PYMES: Objetivo emprendedor. *Ingenierías*, 3(9), 54-58.
- Gómez, A. (1999). *Cultura y civilización*. Bogotá: Fundación Sergio Arboleda.
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders; Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 2(17), 205-224.
- Gutiérrez, S., Silvana, G., & Santamaría, C. (2017). La Responsabilidad Social y la Cultura Organizacional en las Empresas Familiares. *Neumann Business Review*, 3(2), 4-22.
- Ibarra, E., & Montaña, L. (1987). *Mito y poder en las organizaciones; Un análisis crítico de la teoría de la organización* (Segunda ed.). México, D.F.: Editorial Trillas.
- INEGI. (2015). *Información por identidad-Sonora*. Recuperado de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/default.aspx?tema=me&e=26>
- INEGI. (2015). *Población total*. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>

- INEGI. (2016). *Actividades económicas*. Recuperado de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/Mex/Economia/>
- INEGI. (2017). *Anuario estadístico y geográfico de Sonora 2017*. Recuperado de: https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/SON_ANUARIO_PDF.pdf
- INEGI. (2017). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- INEGI. (2019). *Incidencia delictiva*. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/incidencia/>
- Kim, S. Y., and Park, H. (2011). Corporate Social Responsibility as an Organizational Attractiveness for Prospective Public Relations practitioners. *Journal of Business Ethics*, 103, 639-653.
- Lee, M., and Kim, H. (2017). Exploring the Organizational Culture's Moderating Role of Effects of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm performance: Focused on Corporate Contributions in Korea. *Sustainability*, 9, 1-18.
- Lloret, A. (2014). El problema de la Responsabilidad Social Empresarial. *Dirección Estratégica. La Revista de Negocios de la ITAM*, (50). Recuperado de: <http://direccionestrategica.itam.mx/el-problema-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- López, C. (2014). Tablas de Contingencia y Modelos de Regresión Logística aplicados a cuatro rutas migratorias a partir del medio rural en Cuba. *Población y Salud en Mesoamérica*, 12(1), 2-31.
- Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial* (Segunda en castellano ed.). Argentina, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión S.A.I.C.
- Ministerio de Economía Fomento y Turismo. (2017). *Informe de resultados: Empresas en Chile*. Recuperado de: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf>

- Minsal, D., & Pérez, Y. (2007). Hacia una nueva cultura organizacional: la cultura del conocimiento. *ACIMED*, 16(3). 1-12.
- Moreno, S., Moreno, C. Y., Ibarra, F. A., Martín, M. H., & Retes, R. (2015). Análisis del mercado internacional de los becerros producidos en Sonora, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 37, 197-208.
- Naranjo, J. C., y Calderón, G. (2015). Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural. *Estudios Gerenciales*, 31, 223-236.
- Norma ISO. (2010). *ISO 26000; responsabilidad social*. Recuperado de: https://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Obenchain, A., & Johnson, W. (2004). Product and process innovation in service organizations: The influence of org. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship* 9, 91–113.
- Okabe, T. (2009). Un análisis comparativo del sistema de garantía del financiamiento para las pymes en México y Japón. *Expresión Económica*, (23), 7-27.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). *Panorama de la educación 2017*. Recuperado de: <http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EAG2017CN-Mexico-Spanish.pdf>
- Ospina, E. D., & Sotelo, M. F. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Beneficios económicos, sociales y ambientales para los stakeholders. *Universidad de Antioquia*, 1-41.
- Ouchi, W. (1982). *Teoría Z*. Argentina, Buenos Aires: Orbis.
- Paramo, D. (2017). Cultura y comportamiento humano. *Pensamiento & Gestión*, 42, 7-9.
- Pasricha, P., Singh, B., and Verma, P. (2017). Ethical Leadership, Organic Organizational Cultures and Corporate Social Responsibility: An Empirical Study in Social Enterprises. *Journal of Business Ethics*, 151, 941-958.

- Pelekais, C., & Rivadeneira, M. (2008). Cultura organizacional y la responsabilidad social en universidades públicas. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1).
- Pérez, J. A. (2016). *Valoración de la responsabilidad social empresarial (RSE) por la demanda hotelera* (Tesis doctoral). Universitat Jaume, España.
- Pérez, J. D. (1999). Minería del cobre y contaminación atmosférica. Estrategias empresariales en las cuencas de Swansea, Huelva y Montana. *Revista de Historia Industrial*, (16), 44-67.
- Pless, N. (2007). Understanding Responsible Leadership: Role Identity and Motivational Drivers. *Journal of Business Ethics*, 74, 437-456.
- Provan, K. G. (1995). A Preliminary Theory of Interorganizational Network Effectiveness: A Comparative Study of Four Community Mental Health Systems. *Administrative Science Quarterly*, 40(1), 1-33.
- Rishi, P., and Moghe, S. (2013). Integrating Corporate Social Responsibility and Culture as a Strategy for Holistic Corporate Success in India. *The Journal of Corporate Citizenship*, (51), 17-37.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Décima ed.). México, D.F.: Pearson Educación.
- Rodríguez, H. (2008). La cultura es También una responsabilidad social empresarial. *Revista Empresa y Humanismo*, 9, 109-134.
- Ruiz, Y. B., & Naranjo, J. C. (2012). La investigación sobre cultura organizacional en Colombia: una mirada desde la difusión en revistas científicas. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8(2), 285-307.
- Saavedra, M. L., & Saavedra, M. E. (2014). La PYME como generadora de empleo en México. *Revista Clío América*, 8(16), 153-172.
- Sánchez, J. J., Osorio, J., & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES en Colombia. *Scientia et Technica*, 13(34), 321-324.

- Sarmiento, S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión empresarial*, 9(2), 6-15.
- Scott, T., Mannion, R., Davies, H., & Marshall, M. (2003). The quantitative measurement of organizational culture in health care: A review of available instruments (Methods). *Health Services Research* 38, 923–946.
- SEMARNAT. (2010). *Industria y medio ambiente*. Recuperado de: http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibi_apps/WFServlet?IBIF_ex=D2_R_I NDUSTRIA01_01&IBIC_user=dgeia_mce&IBIC_pass=dgeia_mce
- Sevilla, B. (2019). *Emisiones mundiales de CO2 de 1995 a 2017 (en miles de millones de toneladas métricas)*. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/635894/emisiones-mundiales-de-dioxido-de-carbono/>
- Schein, E. H. (1982). *Psicología de la Organización* (Primera ed.). México, D.F.: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. de C.V.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership*. Editorial John Wiley & Sons.
- Schwartz, H., & Davis, S. M. (1981). Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*, 30-48.
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación. *Pensamiento y Acción*, 5, 145-154.
- Taylor, F. W. (1983). *Principios de la Administración Científica* (Vigésima séptima al español ed.). México, D.F.: Herrero Hermanos, Sucs., S.A. México.
- Thiéart, R. A., & Forgues, B. (1995). Chaos Theory and Organization. *Organization Science*, 6(1), 19-31.
- Ülle, R. A. (2009). Organizational Culture Types as Predictors of Corporate Social Responsibility. *Engineering economics*, 1(61), 90-99.

- Vásquez, M. C., Wendlandt, T. R., & López, M. E. (2016). La formalización administrativa de la pequeña y mediana empresa industrial alimentaria de Ciudad Obregón, Sonora, México. *Revista Global de Negocios*, 4(2), 33-44.
- Vázquez, Y., & Arredondo, L. (2014). Importancia de las PYMES en el mundo. Recomendaciones para Cuba. *Revista Cubana de Economía Internacional*, (3), 1-15.
- Vives, A., & Pinillos, A. A. (2015). *Cultura empresarial y cultura de responsabilidad social*. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/19734-cultura-empresarial-y-cultura-de-responsabilidad-social>
- Weber, M. (1922). *Economía y sociedad*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.