

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

<http://dx.doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1900>

**Evaluación de la responsabilidad social y la competitividad en la empresa
Hidronormandia, Morona, Ecuador**

**Evaluation of social responsibility and competitiveness in the company
Hidronormandia, Morona, Ecuador**

William Efrén Ahoña-Tigre
weahonat43@est.ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-3615-5085>

Carlos Raúl Carpio-Freire
carlos.carpio@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-5131-8751>

Recibido: 01 de marzo 2022
Revisado: 10 de abril 2022
Aprobado: 15 de junio 2022
Publicado: 01 de julio 2022

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial, se ha convertido en una estrategia que permite a las organizaciones minimizar los impactos negativos, mejorar la relación y calidad de vida con sus stakeholders, que como consecuencia aumenta la competitividad y productividad de la empresa. Se evalúa el nivel de RSE en la empresa Hidronormandia del cantón Morona, provincia de Morona Santiago. Se aplicó un estudio descriptivo. En el que se observó, una responsabilidad social empresarial que destaca en mantener un vínculo con la sociedad y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores. Sus resultados describen una Responsabilidad Social Empresarial considerablemente alta según la perspectiva de la mayoría de los trabajadores.

Descriptor: Responsabilidad social; justicia social; bienestar social. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

Corporate social responsibility has become a strategy that allows organizations to minimize negative impacts, improve the relationship and quality of life with their stakeholders, which consequently increases the company's competitiveness and productivity. The level of CSR in the company Hidronormandia in the canton of Morona, province of Morona Santiago was evaluated. A descriptive study was applied. A descriptive study was carried out, in which a corporate social responsibility was observed that stands out in maintaining a link with society and improving the quality of life of its workers. Its results describe a considerably high Corporate Social Responsibility according to the perspective of most of the workers.

Descriptors: Social responsibility; social justice; social welfare. (UNESCO Thesaurus).

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

INTRODUCCIÓN

Para inicios del siglo XXI, los avances tecnológicos, la crisis económica y otros factores obligaron a las organizaciones a mejorar su eficiencia, a ser más rápidas, a buscar mayor sostenibilidad financiera y a ser mucho más empáticas con sus clientes (Forrester, 2000). Del mismo modo, Kramer & Porter (2002), consideran que las empresas tienen como objetivo mantener su liderazgo en el mercado, basado en tres estrategias genéricas: costos, enfoque y diferenciación. Es así que, Schnietz & Epstein (2005), proponen la imagen y la reputación como activos intangibles de la empresa, ya que estos influyen en los consumidores, en la demanda laboral y la inversión.

Por otro lado, Donaldson & Preston (1995), concluyen que el correcto entendimiento y administración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), permitirá una mejor comprensión del ambiente competitivo de las empresas. De manera que, está se ha forjado como una estrategia que pretende mejorar la imagen pública de la empresa y su competitividad empresarial (Pasquero, 1995).

Actualmente las organizaciones, han establecido estrategias de RSE en temas como equidad de marca, reputación, innovación y cuidado del ambiente; factores de interés para los consumidores al momento de elegir sus productos o servicios, por lo que se ha convertido en una estrategia importante para mejorar la competitividad empresarial (Arenas & Lozano, 2009).

De igual forma, Barret (2014) observa que las sociedades exigen a las empresas incorporar un Modelo de Gestión que incluya Responsabilidad Social Empresarial, con el cual se establezca un vínculo entre la empresa y la sociedad; con el fin de que la empresa contribuya a mejorar el desarrollo económico, social y ambiental en la comunidad donde ejecuta sus actividades.

Además, Juscius & Vytautas (2008), resaltan que el consumo de productos o servicios están relacionados con el desarrollo de negocios sostenibles, debido a que el consumidor al momento de elegir los productos o servicios considera perspectivas ambientales,

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

sociales y legales. Por lo que, el autor establece que la organización que actúa de manera socialmente responsable tendrá impactos positivos en sus resultados.

En este contexto, se plantea evaluar el nivel de responsabilidad social y las implicaciones en la competitividad de la empresa Hidronormandia del cantón Morona, provincia de Morona Santiago, aplicando una escala de medición propuesta por Villafán y Ayala (2014).

En efecto, se realizó un análisis descriptivo de las escalas de calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y medio ambiente, con ello se identificó las implicaciones de la RSE en la competitividad. Además, se proporciona información para que las organizaciones puedan implementar estrategias o tomar decisiones con respecto a la RSE como una herramienta que les permite incrementar sus ganancias y mejorar su competitividad (Garriga & Melé, 2004).

A continuación, este estudio está constituido por cuatro apartados en los cuales se ejecutó el proyecto, partiendo desde el marco teórico donde se realizó una revisión bibliográfica de la responsabilidad social y sus implicaciones, para luego aplicar la escala de medición seleccionada y finalmente se formuló un análisis de los resultados, obteniendo un análisis descriptivo del nivel de responsabilidad social desde la perspectiva de los funcionarios de la empresa Hidronormandia.

Referencial teórico

Para (Amore et al. 2014), la Responsabilidad Social Empresarial está directamente asociada con la caridad y la filantropía; ya en los años setenta se amplía su conceptualización para relacionarla con lo ético y lo moral. Así mismo, Zedak (2013) expresa que el concepto de RSE ha tenido una evolución constante, por lo que hoy también es relacionada con la productividad, los beneficios económicos y el cumplimiento de las normas legales vigentes.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

De forma similar, Feliu & Botero (2016), consideran que la RSE busca una conceptualización de orden que mantiene ideas, estrategias y resultados que permiten a las empresas construir una comunidad con más riqueza, pero al mismo tiempo justa, equitativa y sustentable. Además, (Agueros et al. 2014), mencionan que la RSE hace referencia a una visión de negocios que nace del respeto por el medio ambiente, las personas y los valores éticos, siendo en si un conjunto de políticas, prácticas y estrategias.

Mientras que, Feldman & Reficco (2015), concluyen que la RSE no debe ser vista solamente como una frase de moda, si no como una herramienta clave con la finalidad de vincular a la empresa con su entorno social y medio laboral; con el objetivo de lograr un crecimiento sostenido de la organización. Finalmente, para el autor la Responsabilidad Social Empresarial es el desarrollo de actividades que fortalecen el entorno externo e interno, mejorando la competitividad de la empresa, pero siempre comprometida con la comunidad, sociedad, buen trato de los empleados y la aplicación de las normas laborales.

La RSE como estrategia para el desarrollo de la competitividad de la empresa

Para Saldarriaga (2013), la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial es el reconocimiento de acciones internas y externas que ejecuta la organización; y con el resultado que se determine en la sociedad con las diferentes actividades, se logra minimizar impactos negativos, mejorar el bienestar y calidad de vida de la sociedad, por lo que finalmente se convierte en una gestión de RSE que permite a las empresas aportar desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los *stakeholders* (empleados, clientes y comunidad en general).

De manera análoga, (Petterson et al. 2017), mencionan que otro pilar principal de la RSE, es el generar una ventaja competitiva para las empresas, aportando oportunidades de negocio y reconocimiento en el mercado; los autores también redundan en que se aporta

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

al mejoramiento del bienestar de los trabajadores y la comunidad, todas las acciones de RSE están relacionados con el cumplimiento de la misión y visión de la empresa, por lo que se puede destacar las siguientes características de la responsabilidad social empresarial:

1. Compromiso voluntario de la organización.
2. Crear valor compartido.
3. Reconoce los derechos humanos, considerando aspectos sociales, medioambientales, éticas y a los consumidores.
4. Son las acciones de la organización en contribución de la sociedad.
5. Se basa en el cumplimiento de legislación nacional vigente y normas internacionales.
6. Relacionarse con los grupos de interés.
7. Es un proceso dinámico que afecta interna y externamente a la organización, tanto en sus áreas funcionales y procesos.

De forma tal que, para garantizar una RSE comprometida Cajiga (2014), menciona que esta puede estar dividida en tres tipos o ámbitos: económica, social y ambiental, por lo que, su aplicación y alcance serán de acuerdo con las necesidades, expectativas y valores de la organización. Por otro lado, (Amore et al. 2014), hablan de la responsabilidad económica, la cual está enfocada en la generación y distribución del valor agregado, entre los accionistas y la comunidad; además considera la contribución al país, implicando la generación y distribución de bienes y servicios. A continuación, se detallan en la tabla 1 los indicadores para medir el desempeño económico.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Tabla 1.
 Aspectos del indicador de desempeño económico.

Indicador	Aspecto	Elemento
Dimensión Económica	Desempeño económico	Costos directos producidos y comercializados.
		Ejecución financiera.
		Programas sociales y sus obligaciones.
	Presencia en el mercado	Relación del salario mínimo y máximo, separados por sexo.
	Impactos económicos indirectos	Impacto social de las inversiones en servicios e infraestructura.

Fuente: Se detalla los aspectos de desempeño económico según Amore et al. (2014).

Mientras que, Giménez, Reyes, y Mauricio (2007), mencionan que la RSE, es la que busca la integración del entorno externo e interno; es decir relacionar a la empresa con la comunidad y el desarrollo social. Por lo que, esta resalta en lograr una reputación positiva de la empresa con la idea de obtener el desarrollo de la sociedad y así influir en la competitividad de la empresa.

En la tabla 2 se detallan los aspectos para medir el desempeño social.

Tabla 2.
 Aspectos del desempeño de responsabilidad social.

Indicador	Aspecto	Elemento
Dimensión Social	Equipo	Numero de servidores.
		Nuevas contrataciones.
		Rotación de empleo.
	Relación empresa/trabajadores	Contratos colectivos.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

	Índice de enfermedades profesionales.
Salud y seguridad del trabajo	Numero de fallecido por accidentes laborales.
	Gestión de prevención de riesgos.
	Planes de capacitación.
Formación y educación	Horas promedio de capacitación.
Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición de trabajadores según sexo, etnia y discapacidad.
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	Relación de salarios entre hombres y mujeres.

Fuente: Se destalla aspectos del desempeño de responsabilidad social según Giménez, Reyes, y Mauricio (2007).

Por último, Garriga & Melé (2004) expresan que la responsabilidad ambiental, es la implicación de asumir compromisos con las consecuencias ambientales por los procesos, productos y subproductos de la empresa. Por lo que se concentra en aplicar acciones que ayuden a la prevención de daños en el ambiente y a contribuir en la mejora del mismo para el bien de la comunidad actual y futura. En la tabla 3, se muestran los aspectos para medir el desempeño ambiental.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Tabla 3.
 Aspectos del desempeño ambiental.

Indicador	Aspecto	Elemento	
Dimensión Ambienta I	Materiales	Tipo y cantidad de materiales.	
	Energía	Consumo de energía.	
	Agua	Consumo de agua.	
	Biodiversidad		Plan de protección forestal.
			Impacto de las actividades de la empresa en el ambiente.
	Emisiones, vertidos y residuos	Contaminación.	
	Productos y servicios	Planes de mitigación de impacto ambiental.	
	Cumplimiento normativo	Multas y sanciones por incumplimiento de normas ambientales.	
	Transporte	Impacto por transportes de productos, insumos y servicios.	

Fuente: Aspectos del desempeño ambiental según Garriga & Melé (2004).

De modo que, Ibarra (2014) considera que hoy existen consumidores exigentes que se fijan en las prácticas sociales y ambientales de la organización, por ello la Responsabilidad Social Empresarial permite dar valor agregado a la empresa con el fin de mejorar sus productos y servicios y así perfeccionar la imagen, percepción y aceptación de la organización. Por otra parte, Porter & Kramer (2006) concluyen que una estrategia competitiva debe ser el conjunto de acciones ofensivas y defensivas, con la finalidad de llegar a liderar en el mercado y mejorar su rendimiento.

Así mismo, Kimbu & Ngoasong (2016), consideran que en nuestro mundo actual la competitividad de la empresa se ve influenciada por factores de interés global como:

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

8. Relación con el medio ambiente.
9. Aspecto económico.
10. Aspecto social
11. Ambiente laboral
12. Aplicación correcta de normas y leyes, en cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Según Seuneke & Bock (2015), expresan que con la aplicación de una gestión de Responsabilidad Social Empresarial se generan beneficios internos y externos: y cuando el nivel de relación de la Responsabilidad Social Empresarial este más relacionada con el contexto competitivo, mayor será el aporte de la empresa para la sociedad, es así que se presentan las siguientes relaciones entre la responsabilidad social y competitividad en la figura 1.

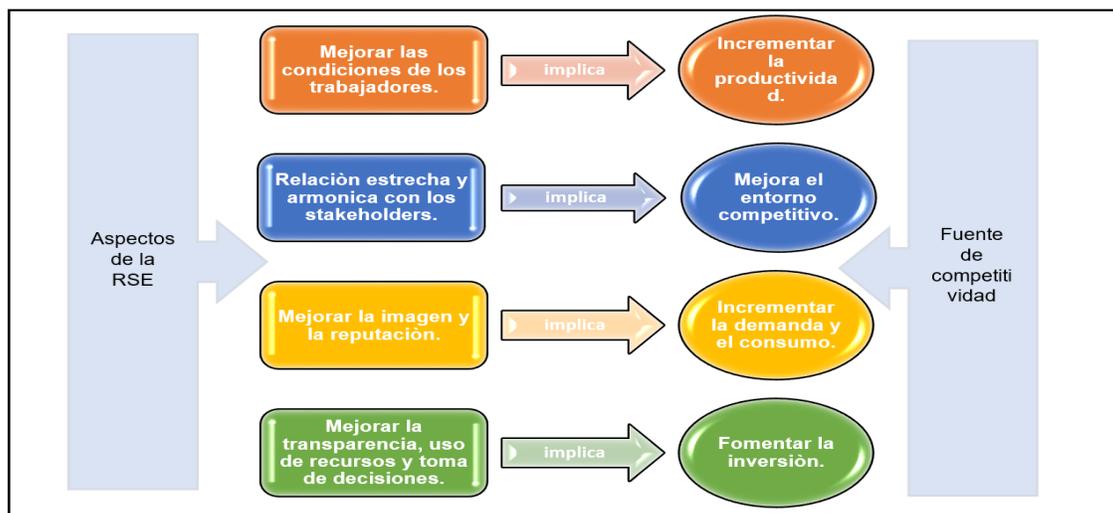


Figura 1. Relación entre la RSE y la competitividad.

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de Villafán y Ayala (2014).

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

En consecuencia, la Organización Internacional de Normalización (2013), ha implementado algunas normas, como la ISO 26000, diseñada para fomentar una buena práctica de RSE, aplicable tanto para organizaciones públicas o privadas. La ISO 26000, tiene como objetivo maximizar el desarrollo sostenible respetando siete principios:

1. Rendición de cuentas.
2. Transparencia.
3. Comportamiento ético.
4. Respeto a los intereses de los grupos(stakeholders).
5. Legalidad.
6. Respeto a las normas internacionales de comportamiento.
7. Derechos humanos

De hecho, también se establece la ISO 14000, la cual nos propone una guía para desarrollar una protección ambiental que resguarda los recursos renovables y promueve la ética empresarial para beneficiar y aumentar la competitividad de la empresa. Como resultado, según los autores, para que una empresa aplique una correcta Responsabilidad Social Empresarial, debe considerar los siguientes aspectos: calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y el medio ambiente.

Evaluación de nivel de Responsabilidad Social Empresarial

Según Cajiga (2014), el análisis de las dimensión social, económica y ambiental, nos permitirá desarrollar estrategias para soluciones y acciones específicas con el fin de alcanzar a mejorar la competitividad de la empresa a través de una Responsabilidad Social Empresarial efectiva. Sin embargo, las empresas enfrentan un gran conflicto al contar con escasas herramientas que permitan evaluar o medir el desempeño de la RSE, por lo que Villafán y Ayala (2014) proponen un modelo de evaluación basado en el propuesto por el Centro Mexicano para la Filantropía, pero con ciertas modificaciones,

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

para aumentar la fiabilidad de las cuatro escalas a evaluar (calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y el medio ambiente). Estas se definen en lo siguiente:

Tabla 4.
Escalas de medición y sus definiciones.

Escalas	Definición
Calidad de vida	Esta escala nos permite ver los beneficios que tienen los stakeholders vinculados con la organización, la gestión del talento humano, seguridad laboral y capacitación.
Ética empresarial	Nos permite ver el cumplimiento normativo de la organización.
Vinculación con la comunidad	Se refiere a un conjunto de acciones de la empresa como la difusión de RSE, inversión social y balance social.
Medio ambiente	Demuestra el respeto al medio ambiente, interactuando en conjunto con la sociedad, con inversiones de protección ambiental y capacitaciones.

Fuente: Definiciones de las escalas de medición según Villafán y Ayala (2014).

En sí, el instrumento usado para la investigación, es una encuesta de 27 preguntas, utilizadas para evaluar la calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y el medio ambiente, desarrollado por Villafán y Ayala (2014) y además se realizó 3 preguntas de características sociodemográficas. Esta herramienta, utiliza una escala de diferencial semántico par, con el fin de medir desde la percepción de los encuestados, como se muestra en la figura 2.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

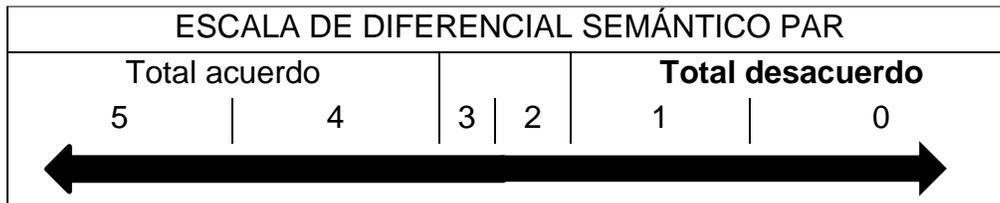


Figura 2. Niveles de medición, de la escala creada por Charles Osgood.
Fuente: Escala establecida por Charles Osgood.

La fiabilidad de esta herramienta, fue verificada aplicando el método de Alfa de Cronbach, la cual presento los siguientes resultados que se muestran en la tabla 5. Por consiguiente, evaluar la Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de los trabajadores de la organización, permite establecer políticas, implementar actividades, estrategias y/o tomar decisiones oportunas para poder incrementar la competitividad de la empresa.

Tabla 5.
 Valores de Alfa de Cronbach de la investigación de Villafán y Ayala (2014).

Escala	Alfa de Cronbach
Calidad de vida	0.6322
Ética empresarial	0.4785
Vinculación con la comunidad	0.2295
Medio ambiente	0.2415

Fuente: Obtenidos de la investigación de Villafán y Ayala (2014).

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

MÉTODO

La presente investigación fue de tipo descriptiva no experimental, por cuanto se analizó las variables sin manipularlas; se valoró el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Hidronormandia ubicada en el cantón Morona de la Provincia de Morona Santiago, desde la perspectiva de sus trabajadores, con la aplicación de un cuestionario desarrollado por Villafán y Ayala (2014).

De manera que, la encuesta estructurada de Villafán y Ayala (2014), está compuesta por 27 preguntas, a los 36 trabajadores de la empresa, a través de la herramienta Formularios de Google, siendo esta nuestra población total, por lo que no se consideró necesario la determinación de una muestra para el estudio. Finalizada la recolección de datos, se realizó el análisis de estos con la ayuda de herramientas como Excel para determinar las medias y las desviaciones estándar y el software SPSS, para un análisis de fiabilidad aplicando la metodología de Alfa de Cronbach. Finalmente, con los resultados, se elaboraron gráficas que nos permitieron interpretar el comportamiento de los resultados y realizar una discusión de esta con las que se obtuvieron las conclusiones de la investigación.

RESULTADOS

En la presente investigación de enfoque descriptivo, se realizó la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Hidronormandia, con una encuesta aplicada a los trabajadores del año 2022, midiendo el nivel de RSE con la herramienta diseñada por Villafán y Ayala a la población total. Con esto, se ha identificado factores problemáticos que afectan la competitividad; y proporcionando información para que la empresa pueda tomar decisiones, estrategias y/o aplicar políticas que permitan a la misma desarrollarse y ser más competitiva en el mercado.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Características sociodemográficas

A los encuestados, se les clasifico por sexo y antigüedad laboral en la empresa, como se observa en la figura 3.

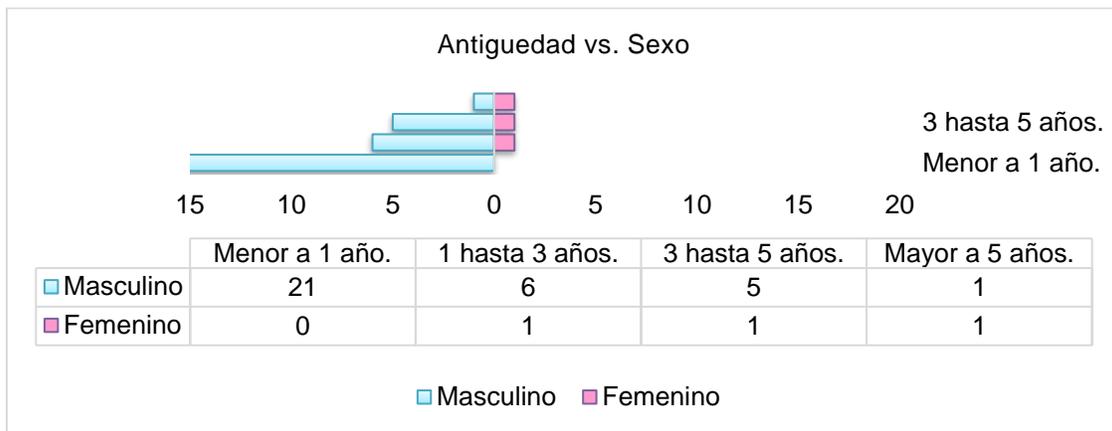


Figura 3. Pirámide poblacional Antigüedad vs Sexo.

De la pirámide poblacional por antigüedad y sexo, se aprecia una participación de 8.33% de mujeres que laboran en la empresa. Por otra, parte, observamos que el 58.33% de los trabajadores de la empresa tienen un tiempo laboral menor a 1 año, mientras que trabajadores con una antigüedad mayor a cinco años tiene una participación de 5.55%, siendo este el más bajo.

Este cambio de talento humano en la empresa, puede deberse a la falta de una política para asegurar estabilidad laboral a los trabajadores, o a la falta de aplicación de manera correcta del Código de Trabajo por parte del empleador y a las diferentes exigencias de contar con personal con mayor capacidad en el dominio de las herramientas tecnológicas, viéndose la empresa obligada a realizar cambios en el personal.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Nivel de educación

En el nivel de educación, que se observa en la figura 4, la mayoría de trabajadores tiene educación primaria y secundaria, con ello verifica que las actividades que realiza la empresa, no se exige necesariamente personal calificado para el desempeño; mientras que, solo un 19% de los trabajadores tienen una educación superior que, netamente realizan funciones administrativas y financieras.

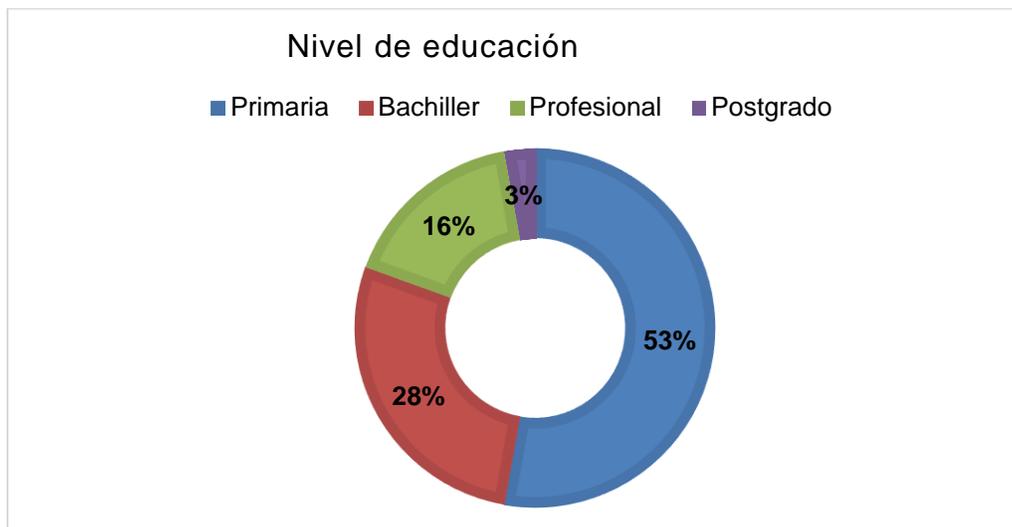


Figura 4. Diagrama de pastel de porcentajes de nivel de educación.

Fiabilidad de la escala

Para la fiabilidad de nuestra encuesta, se procedió a determinar el alfa de Cronbach y compararlos con los valores de la escala original. Es así que los valores obtenidos de nuestra encuesta son superiores a los de la escala original, así demostrando la fiabilidad de nuestra investigación como se aprecia en la tabla 6.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Tabla 6.
 Valores de fiabilidad aplicando la metodología de Alfa de Cronbach.

Escala	Alfa de Cronbach	Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el ítem
Calidad de vida	0.670	¿La empresa cuenta con un programa de empleabilidad transparente y justo?	0.609	0.577
		¿La empresa cuenta con las herramientas adecuadas y eficientes para la Gestión del capital humano.?	0.673	0.673
		¿La empresa programa actividades que ayudan a los servidores a establecer un balance entre trabajo y familia.?	0.277	0.277
		¿La empresa cuenta con un reglamento adecuado y oportuno para la seguridad y salud laboral de los trabajadores.?	0.418	0.418
		¿La empresa cuenta con un plan de capacitación, educación y desarrollo, que realmente sea ejecutado.?	0.326	0.326
		¿La empresa aplica políticas de diversidad e igualdad de oportunidad.?	0.418	0.418
Ética empresarial	0.608	¿La empresa en sus tareas, planes y proyectos considera el cumplimiento y respeto de los derechos humanos.?	0.178	0.606
		¿La empresa presenta un plan de Gobierno o administración corporativo.?	0.551	0.509
		¿La empresa cuenta con actividades y/o políticas para fortalecer el compromiso con los stakeholders.?	0.628	0.535
		¿La empresa cuenta con un reglamento de ética que fortalezca el compromiso ético.?	0.584	0.542
		¿La empresa aplica normas, leyes, reglamentos y decisiones que demuestren un trato justo y globalidad.?	0.498	0.556
		¿La empresa da fiel cumplimiento en acceso, apertura y transparencia de la información?	0.292	0.588
		¿La empresa realiza sus actividades cumpliendo su alineación estratégica (misión, visión y objetivo institucional)?	0.401	0.576
		¿La empresa realiza planes y proyectos para el combate a la corrupción?	0.292	0.764
Vinculación con la comunidad	0.689	¿La empresa emplea un plan de difusión de la RSE?	0.353	0.724
		¿La empresa realiza actividades orientadas a la Ciudadanía y civismo empresarial?	0.504	0.611
		¿La empresa presupuesta inversión social?	0.623	0.593
		¿La empresa ejecuta proyectos que fomenta el balance social?	0.705	0.591
		¿La empresa establece una cadena de valor de sus productos para la comunidad?	0.323	0.685
Medio ambiente	0.855	¿La empresa ejecuta operaciones para el cuidado y protección del ambiente.?	0.745	0.835
		¿La empresa aplica políticas ambientales?	0.745	0.835

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

¿La empresa ejecuta inversión que fomenten el cuidado del medio ambiente?	0.745	0.835
¿La empresa fomenta capacitación y programas para el cuidado del medio ambiente?	0.584	0.840
¿La empresa proporciona información y comunicación sobre el medio ambiente?	0.608	0.836
¿La empresa mantiene relaciones externas para proteger el medio ambiente?	0.731	0.820
¿La empresa fomenta el uso de Transporte amigable con el ambiente?	0.616	0.852
¿La empresa cuenta con un Plan de Manejo de impacto ambiental oportuno y adecuado para su entorno?	0.533	0.851

Calidad de vida

Para el análisis de la escala de calidad de vida, se aplicó 6 preguntas, cuyos resultados son los que se muestra en el histograma de la figura 5.

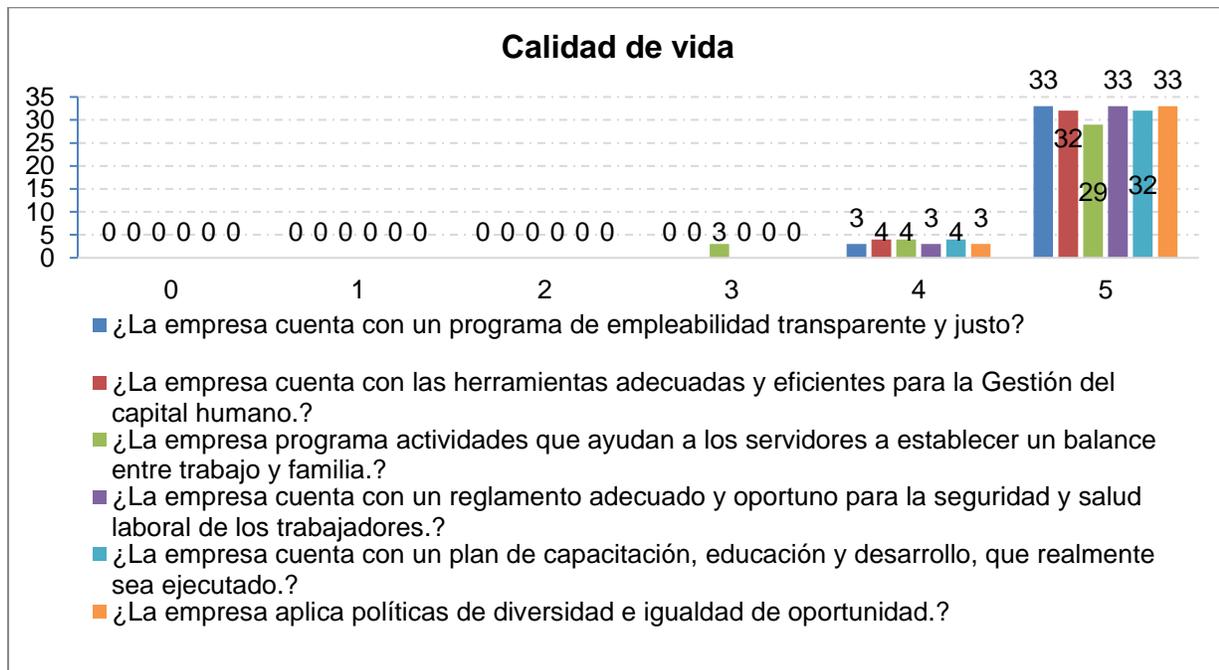


Figura 5. Histograma de la escala de Calidad de vida.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Se aprecia que la mayoría de los encuestados, están de acuerdo que la empresa Hidronormandia, cuenta con un programa de empleabilidad transparente y justo, con herramientas adecuadas y eficientes para la gestión del talento humano, con programas de actividades que ayudan a sus trabajadores a establecer un balance entre trabajo y familia, que la empresa tiene un reglamento adecuado y oportuno para la seguridad y salud laboral de los trabajadores, que también mantiene un plan de capacitación, educación y desarrollo y que aplica políticas de diversidad e igualdad de oportunidad.

Dentro de la dimensión calidad de vida se presenta un valor de Alfa de Cronbach de 0.670, siendo un valor mayor que el de la escala original, por lo que se determina que nuestros resultados son fiables. Así mismo, los datos nos muestran que la empresa resalta en emplear un programa de empleabilidad transparente y justo con una media de 4.92, mientras que, a pesar de que la mayoría manifiesta que la empresa ejecuta un programa de actividades que ayudan a los servidores a establecer un balance en el trabajo y familia, en esta existe una mayor dispersión en sus resultados.

La percepción de los trabajadores con respecto a la empresa, indica que una gran parte del equipo de trabajo está de acuerdo, en que la empresa tiene un aspecto positivo con la calidad de vida; esto nos muestra el gran compromiso de la empresa por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y como consecuencia esto ayudaría a la empresa a incrementar su productividad.

Ética empresarial

De la misma manera, se analizó la escala de Ética empresarial, obteniendo los resultados que se muestran en el histograma de la figura 6.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

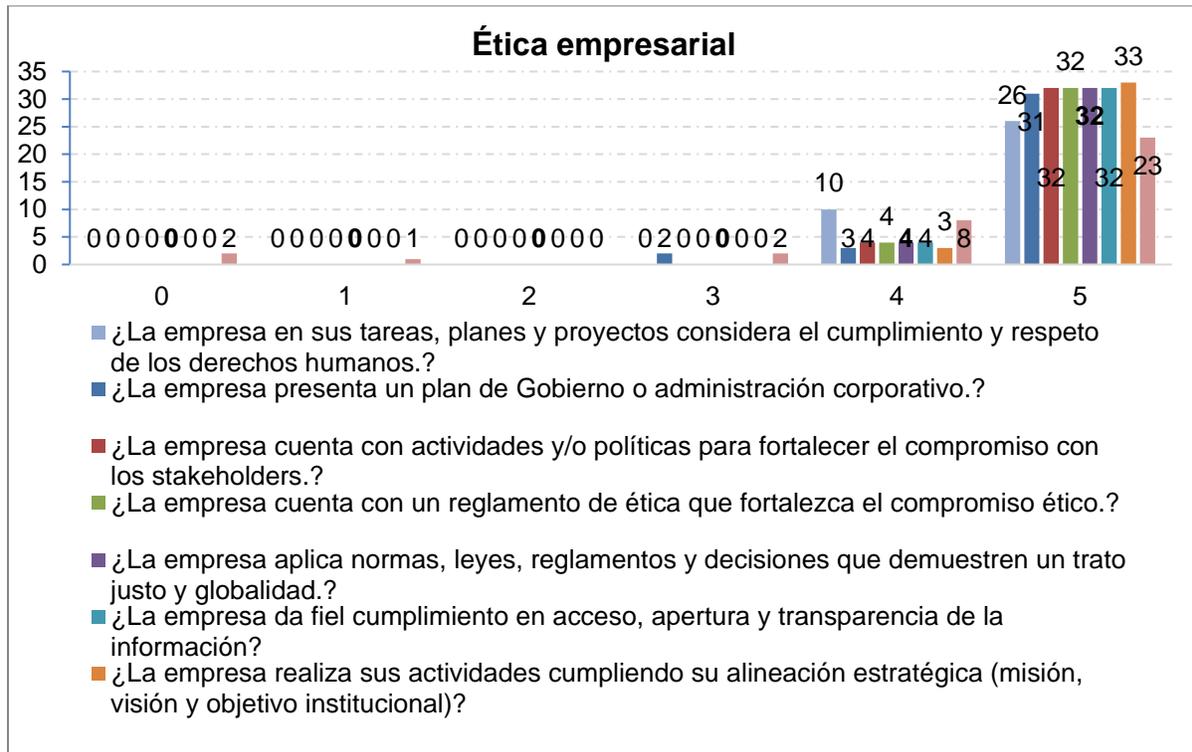


Figura 6. Histograma de la escala de Ética empresarial.

Desde el histograma, se aprecia que la mayoría de los trabajadores de la empresa, coinciden en estar de acuerdo que la empresa cumple con tareas, planes y proyectos que fomentan el respeto de los derechos humanos, que presenta un plan de administración corporativo, que fortalece el compromiso con los stakeholders mediante actividades y/o políticas, que cuenta con un reglamento de ética, que aplica normas, leyes, reglamentos y decisiones que muestran un trato justo, que da fiel cumplimiento al acceso y transparencia de la información, que realiza actividades cumpliendo su alineación estratégica y realiza planes y proyectos contra la corrupción.

Dentro de esta dimensión de ética empresarial se presenta un valor de alfa de Cronbach de 0.608, siendo este mayor al de la escala original, por lo que se determina fiabilidad en

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

nuestros resultados. Así mismo, los datos nos muestran que la empresa resalta más en que realiza sus actividades cumpliendo su alineación estratégica con una media de 4.92, mientras que, se observa que la media más baja en esta escala es de 4.28 que está relacionada con que la empresa no realiza actividades para combatir la corrupción.

De manera que, desde la perspectiva de los trabajadores a manera general la empresa busca mejorar la transparencia, el uso de recursos y toma de decisiones, estableciendo una buena ética empresarial, por lo que implica que estas actividades fomenten la inversión, siendo esto un enfoque positivo para que la empresa sea competitiva.

Vinculación con la comunidad

Por otro lado, en el histograma de la figura 7, observamos los resultados de la dimensión de la Vinculación con la comunidad.

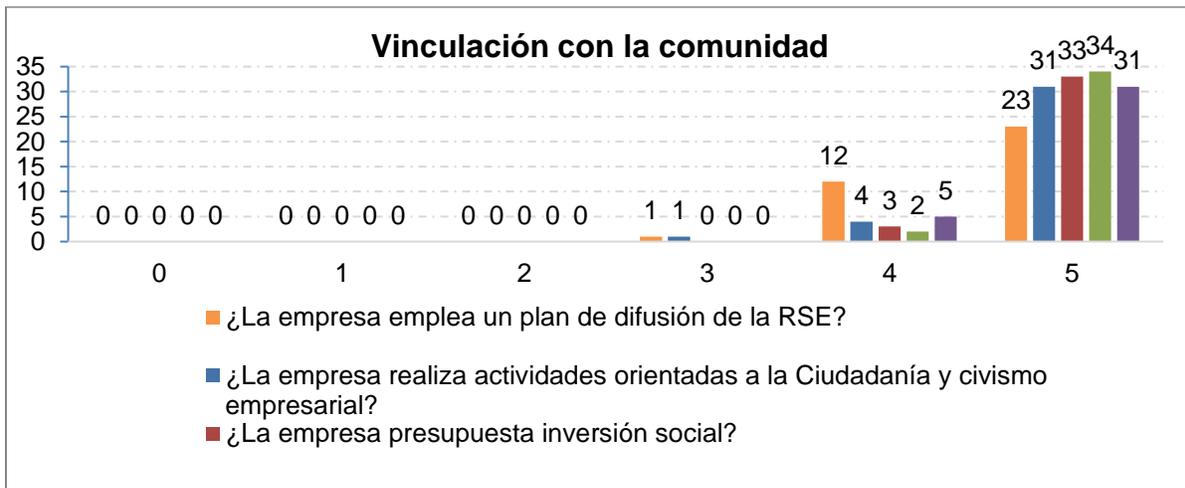


Figura 7. Histograma de la escala de la Vinculación con la comunidad.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

En esta escala, se aprecia que las perspectivas de la mayoría de los trabajadores están de acuerdo con que la empresa cuenta con un plan de difusión de Responsabilidad Social Empresarial, que la empresa realiza actividades orientadas a la ciudadanía, que la empresa presupuesta en inversión social, que se ejecutan proyectos que fomentan el balance social y que la empresa establece una cadena de valor de sus productos para la comunidad.

En lo que respecta la dimensión de vinculación con la comunidad, se aprecia un valor de alfa de Cronbach de 0.689, un valor mayor que al de la escala original, verificando la fiabilidad de nuestros resultados. Por otro lado, se aprecia que la empresa resalta en ejecutar proyectos que fomentan el balance social con una media de 4.94, mientras que se aprecia con una media de 4.61 que la empresa no cuenta con un plan de difusión de Responsabilidad Social Empresarial adecuado.

De tal forma que, los trabajadores desde su perspectiva, la empresa emplea actividades que mejoran la imagen y reputación de la misma, implicando con ello incrementar de alguna manera la demanda y consumo de sus productos.

Medio ambiente

Por último, la escala de medio ambiente presenta los siguientes resultados que se observan en el histograma de la figura 8.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

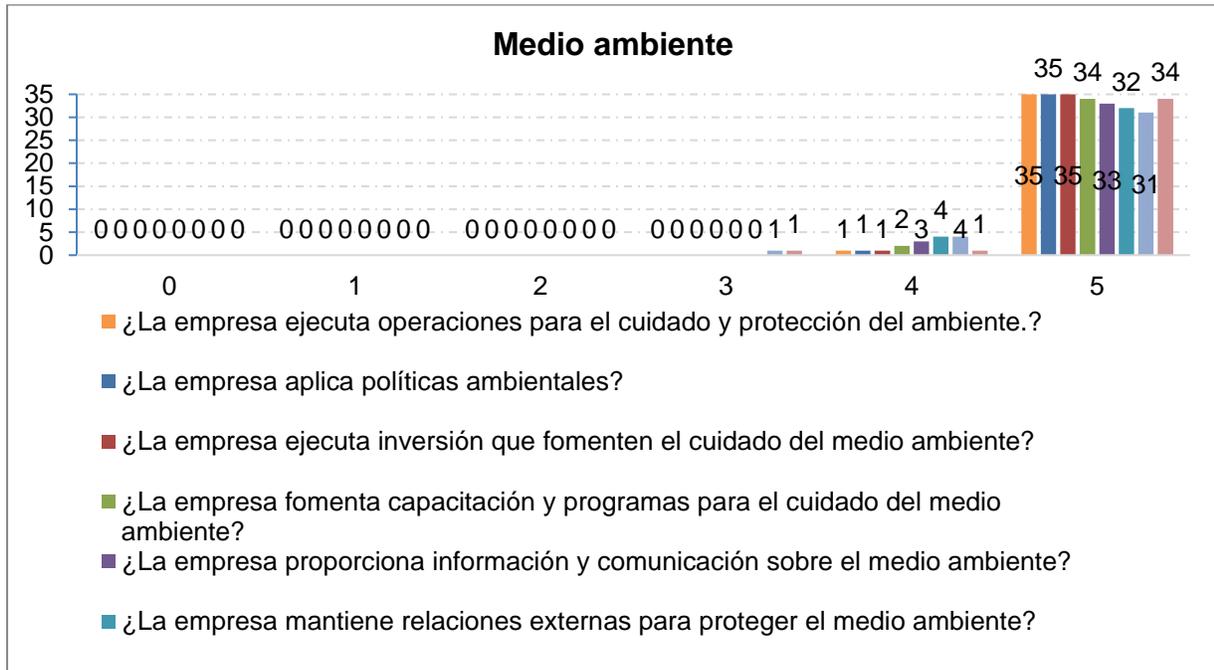


Figura 8. Histograma de la escala de medio ambiente.

En el histograma de la escala de medio ambiente, se observa que la mayoría de los trabajadores coinciden en estar de acuerdo con que la empresa ejecuta operaciones para el cuidado y protección del ambiente, aplica políticas ambientales, fomenta el cuidado del medio ambiente, fomenta la capacitación y programas para el cuidado del medio ambiente, proporciona información del medio ambiente, mantiene relaciones externas para proteger el medio ambiente, promueve el uso de transporte amigable y cuenta con un plan de manejo de impacto ambiental.

Por lo que, en la dimensión de medio ambiente, se presenta un valor de alfa de Cronbach 0.855, mismo que es mayor al valor de la escala original, por lo que se determina fiabilidad en nuestra encuesta. De tal manera, que se logra apreciar que la empresa destaca en

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

ejecutar operaciones para el cuidado y protección del medio ambiente con una media de 4.97.

Por lo que, desde la perspectiva de los trabajadores, la empresa mejora su imagen, su reputación, su relación con los stakeholders, esto implica de forma positiva en el mejoramiento de la competitividad de la empresa.

Análisis de diagramas radiales

En la figura 9, se observa que los diagramas radiales de las escalas evaluadas, en las se aprecia un resumen de la perspectiva de los trabajadores con respecto a cada uno de los aspectos, los mismos que mantienen una media entre 4 y 5, permitiéndonos deducir que la mayoría de los trabajadores coinciden en estar de acuerdo que hay un nivel alto y positivo con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Hidronormandia.

La aplicación de esta estrategia llamada Responsabilidad Social Empresarial, fomenta que la empresa pueda ser más productiva y competitiva en el mercado.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

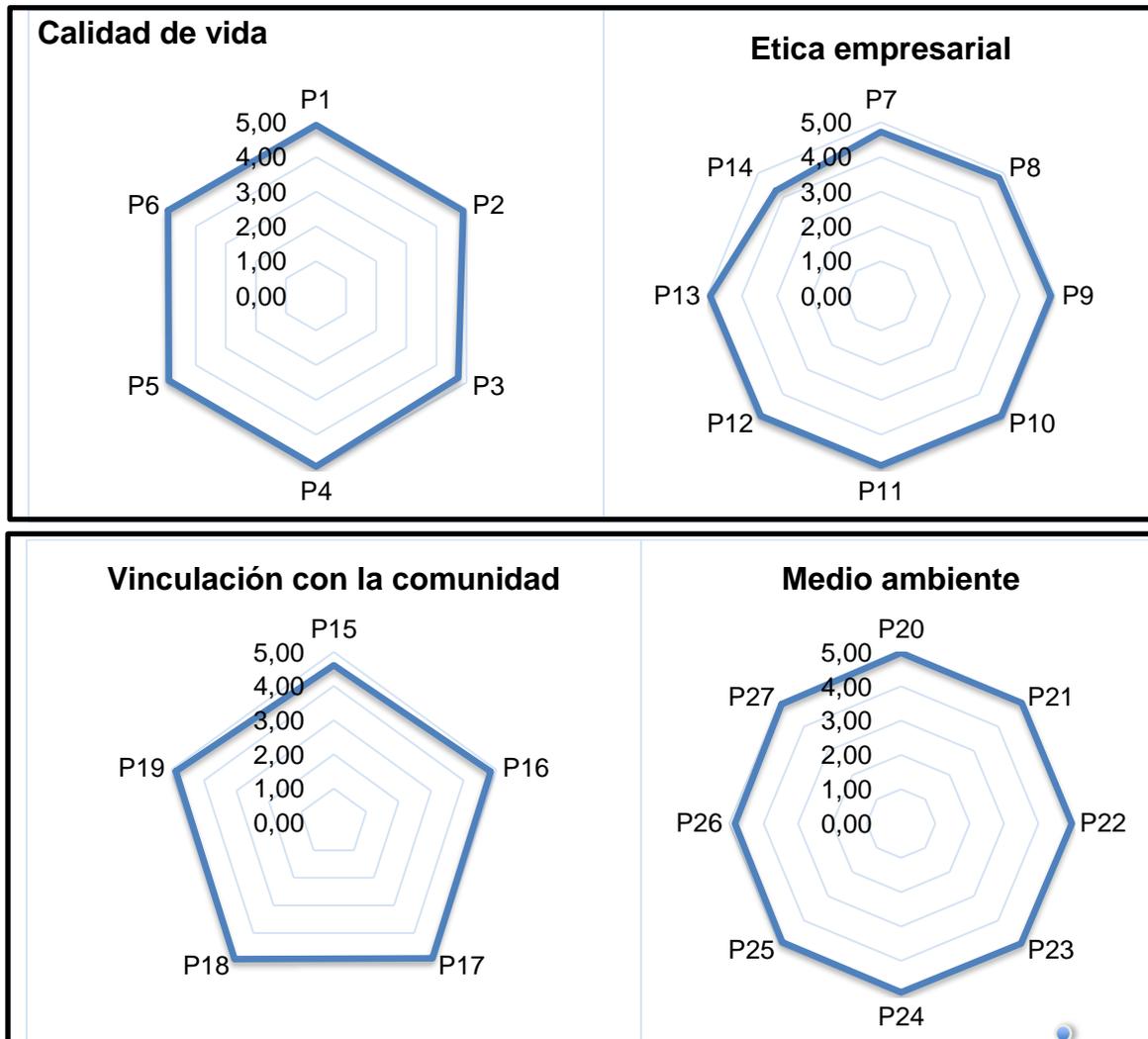


Figura 1. Diagramas radiales de las escalas de RSE

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Análisis de correlación

Por otro lado, en la tabla 7 se aprecia que las correlaciones de Pearson, de la cual se verifica que estas, son positivas y significativas en el nivel 0.01. La correlación más fuerte que identificamos es entre la escala de Medio ambiente y Vinculación con la comunidad, por otro lado, la más débil es la correlación entre calidad de vida y vinculación con la comunidad.

Tabla 7.

Valores de correlación de Pearson entre las escalas evaluadas.

Correlaciones				
	Calidad de vida	Ética empresarial	Vinculación con la comunidad	Medio ambiente
Calidad de vida	1			
Ética empresarial	0.591**	1		
Vinculación con la comunidad	0.510**	0.564**	1	
Medio ambiente	0.565**	0.589**	0.717**	1

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La correlación entre medio ambiente y vinculación con la comunidad presentan un valor de 0.717**, indicando que la relación entre ella es fuerte, y directa entre estas variables. Pero de manera general, los conjuntos de estas características logran que la empresa pueda desarrollar una Responsabilidad Social Empresarial adecuada y oportuna para influir directamente en la competitividad de la empresa, logrando que esta sea más eficiente y productiva.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

CONCLUSIONES

Para evaluar la Responsabilidad Social Empresarial, se aplicó una encuesta con la participación voluntaria de los 36 trabajadores que laboraban en el año 2022 en la Empresa Hidronormandia. De los participantes solo el 8.33 % son mujeres y que solo 19% de los trabajadores cuenta con un título de tercer nivel o superior, así mismo se observa que el 5.55% tiene una antigüedad mayor a cinco años; con la información que los trabajadores proporcionaron se logró describir el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

Es así que, se determina que la Responsabilidad Social Empresarial, de la empresa se destaca por la ejecución de proyectos y actividades para el cuidado y protección del medio ambiente que permite mejorar la vinculación con la comunidad y el medio ambiente, mejorando así su imagen y reputación. Influenciando directamente en el incremento de la demanda y el consumo de productos y servicios de la empresa, dando la oportunidad de incrementar la competitividad.

En concordancia con los datos obtenidos, desde la perspectiva de los trabajadores, la mayoría está de acuerdo con que la empresa debería elaborar planes y proyectos que permitan combatir la corrupción, mientras que en la escala de calidad de vida los trabajadores aprecian que la empresa destaca en la aplicación de políticas, programas transparente y justos para la empleabilidad y programas que los ayudan en mantener un equilibrio entre trabajo y familia, permitiendo incrementar la eficiencia y productividad de la empresa.

De forma general, la mayoría de los funcionarios que laboran en la Empresa Hidronormandia, están de acuerdo con que la Responsabilidad Social Empresarial, se encuentra en un nivel considerablemente alto, por lo que la organización tiene una imagen y reputación positiva, que le permite mejorar la calidad de vida, mantener ética empresarial, forjar una vinculación con la comunidad y mostrar respeto al medio

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

ambiente, como consecuencia su eficiencia, eficacia, imagen, reputación le permites ser una empresa más competitiva.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Unidad Académica de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por el apoyo permanente a los procesos investigativos.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Agueros, F., Rodríguez, J., & Sandoval, D. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. Congreso XV Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas, 236-256.
- Amore, M., Garofalo, O., & Minichilli, A. (2014). Gender Interactions Within the Family Firm. *MANAGEMENT SCIENCE*, 1083-1097.
- Arenas, D., & Lozano, J. (2009). Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 57-69.
- Barret, M. (2014). Revisiting women's entrepreneurship: Insights from the family context and radical subjectivist economics. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 231-254.
- Cajiga, J. (2014). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía.
- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management*, 65-91.
- Feldman, P., & Reficco, E. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. *Estudios Gerenciales*, 373-382.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

- Feliu, N., & Botero, I. (2016). Philantropy in Family Enterprises: A Review of Literature. *Family Business Review*, 121-141.
- Forrester, R. (2000). Empowerment: Rejuvenating a potent idea. *Academy of Management Executive*, 67-78.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 51-71.
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho, Universidad del Norte*, 51-82.
- Juscus, V., & Vytutas, S. (2008). Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Abilities of Corporations. *Engineering Economics*, 34-44.
- Kimbu, A., & Ngoasong, M. (2016). Women as Vectors of Social Entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 63-79.
- Kramer, M., & Porter, M. (2002). La ventaja competitiva de la filantropía corporativa. *Harvard Business Review*, 49-62.
- Pasquero, J. (1995). *L'environnement sociopolitique de l'Enterprise. La gestion des organisations: une approche systémique, conceptuelle et stratégique*. Montréal: Mc Graw-Hill.
- Petterson, K., Berglund, J., & Tillmar, M. (2017). In the name of women? Feminist readings of policies for women's entrepreneurship in Scandinavia. *Scandinavian Journal of Management*, 50-63.
- Porte, M., & Kramer, M. (2006). *Estrategia y Sociedad*. Harvard Business Review.
- Saldarriaga, J. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios Gerenciales*, 110-117.
- Schnietz, K., & Epstein, M. (2005). Exploring the Financial value of a Reputation for Corporate Social. *Corporate Reputation Review*, 237-345.
- Seuneke, P., & Bock, B. (2015). Exploring the roles of women in the development of multifunctional entrepreneurship on family farms: an entrepreneurial learning approach. *Wafeningen Journal of Life Sciences*, 41-50.

William Efrén Ahoña-Tigre; Carlos Raúl Carpio-Freire

Villafán, K., & Ayala, D. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 223-251.

Zedak, S. (2013). El estado de la Competitividad Responsable . *Harvard Business Review America Latina*.

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).