

Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja

Organizational culture and Corporate Social responsibility of small enterprises of the food sector in the city of Loja

Juan Encalada Orozco

Docente de la Universidad Nacional de Loja.

*Autor para correspondencia: jreo1962@gmail.com

Resumen

El objetivo de este artículo es establecer la relación entre Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial en pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja. Se consideró el modelo de Robbins y Cajiga para el estudio. Se realizó una investigación descriptiva de campo y correlacional, con un diseño de tipo no experimental, transversal, siguiendo un razonamiento que considera lo particular y lo general. Se determinó el coeficiente Alfa-Cronbach, en base a cuestionarios de cultura organizacional con una confiabilidad de 0.902 y de responsabilidad social empresarial de 0.797. En la correlación de la cultura organizacional con la responsabilidad social empresarial en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, por tratarse de variables construidas a partir de preguntas en escala ordinal. Los resultados conducen a aceptar dicha hipótesis, según se desprende del coeficiente de correlación de 0.715, el cual es significativo (Sig.<0.05) desde el punto de vista estadístico. Se concluye que existe una correlación estadísticamente significativa, al nivel 0,01 (bilateral), entre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja. Esta investigación muestra la necesidad de incidir desde todas las vías posibles para un crecimiento de la cultura organizacional en las industrias estudiadas y sienta pautas para en la esfera empresarial, tanto en la ciudad de Loja, como a nivel nacional e internacional.

Palabras Claves: Cultura Organizacional, Responsabilidad Social Empresario, y Pequeña Empresa

Abstract

The goal of this article are establish the relationship between organizational culture and Corporate Social responsibility in small food industries in the city of Loja. Considered Robbins and Cajiga model for the study. He was a descriptive field and correlational research, not experimental, cross type design, following the reasoning that considers the particular and the general. The coefficient Alpha-Cronbach, based on questionnaires of organizational culture with a reliability of 0.902 and corporate social responsibility of 0.797 was determined. The coefficient of correlation of Spearman, being built from questions on ordinal scale variables was used in the correlation of the organizational culture with the corporate social responsibility in small industries of the food industry in the city of Loja. The results lead to accept this hypothesis, as it can be seen from the coefficient of correlation of 0.715 that is very significant of statistical point. The conclusion is that exist an statistical significant level of 0.01 (bilateral), into cultural organization and corporate social responsibility of small enterprises in the food sector in the city of Loja. This research set the guide for next studies in the business area in Loja and all the world.

Key words: Organizational culture, Social Entrepreneur and small business liability

Introducción

Las organizaciones son la expresión de una realidad cultural, que están llamadas a vivir en un mundo de permanente cambio, tanto en lo social, político, económico, tecnológico y ecológico; esa realidad cultural refleja un marco de valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades dentro de éstas.

Es de vital importancia que las empresas diseñen estructuras más flexibles al cambio y que este cambio se produzca como consecuencia del aprendizaje de sus miembros. Esto se logra con una cultura organizacional dinámica que sirva de marco de referencia a los miembros de la organización y a la vez de las pautas acerca de cómo se debe actuar con responsabilidad social.

En estas últimas décadas muchos autores han venido trabajando con empeño, sobre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial y es menester aplicar estos conocimientos en las pequeñas empresas, por lo que una inquietud surge entonces, qué relación existe entre este binomio estratégico en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja.

El artículo reúne las condiciones metodológicas de una investigación descriptiva de campo y correlacional, con un diseño de tipo no experimental, transversal, siguiendo un razonamiento que considera lo particular y lo general.

La naturaleza de la presente investigación implica el uso de la técnica de la encuesta, debido a que se va a partir de la recopilación de la información a través del uso de cuestionarios de Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial a empresarios y trabajadores de la pequeña empresa con el fin de obtener la información necesaria al respecto.

Esta investigación sienta las pautas para ulteriores estudios en la esfera empresarial, tanto en la ciudad de Loja, como a nivel nacional e internacional.

Cultura Organizacional

La Cultura organizativa es un concepto que empieza a tener importancia a finales de los 70 y principios de los 80 del siglo pasado, aunque en los años 30 la escuela de las relaciones humanas dedicaba un alto porcentaje de su atención, al estudio del aspecto humano de la empresa y se la considera precursora en el estudio de la cultura organizativa. Aquí se retoma la idea fundamental de la cultura como algo que la organización tiene, como variable administrable, una forma de transmisión de los valores y creencias hacia los empleados, a quienes se proporciona guías de acción ante determinadas circunstancias (Morgan B., 2009)

Schein, manifiesta que la Cultura Organizacional, se identifica como el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas válidas; y, por ende, de ser enseñadas a los nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a estos problemas (Schein E., 1985)

Idalberto Chiavenato (2006), expresa que la Cultura Organizacional es un sistema de creencias y valores, convirtiéndose en una forma aceptada de interacción y de relaciones típicas de determinadas organizaciones. También menciona que la cultura organizacional es todo lo que identifica a una empresa de las demás ya que sus integrantes desarrollan un sentido de pertenencia gracias a los valores, normas, reglas, creencias etc.

Según O'Reilly (1991), citado por Robbins (2009), en toda organización hay valores, símbolos, ritos, mitos y usos que han evolucionado con el tiempo. Estos valores y experiencias determinan en gran parte lo que perciben los empleados y cómo reaccionan a su mundo. Cuando enfrentan problemas o dificultades, la cultura de la organización (el modo como hacemos las cosas) influyen en lo que pueden hacer y en su

manera de conceptualizar, definir, analizar y resolver los problemas.

Por otra parte, Schein E. (1985) citado por Robbins & Judge (2009) define a la cultura organizacional como “un sistema de significado compartido por los miembros, el cual distingue a una organización de las demás”.

Hellriegel (2009), sostiene que “la cultura organizacional refleja los valores, creencias y aptitudes que han aprendido y que comparten sus miembros”; es también un conjunto de tradiciones y reglas tácitas que operan las 24 horas del día. La función de la cultura pesa mucho al determinar la calidad de vida en la empresa. Si bien es cierto que la cultura organizacional influye en el comportamiento de las personas, también es necesario crearlas y administrarlas.

Entonces en la medida que la competitividad sea un elemento fundamental en el éxito de toda organización, los gerentes o líderes harán más esfuerzos para alcanzar altos niveles de productividad y eficiencia, generando una nueva cultura empresarial, reflejada en un modelo general de comportamiento, sustentado en valores y creencias compartidos entre los miembros de la organización (Schein E., 1992), citado por (Koontz Harold, 2012)

Para Ritter (2012) “La cultura organizacional es la manera en que actúan los integrantes de un grupo u organización y que tiene su origen en un conjunto de creencias y valores compartidos”.

Como se puede observar la Cultura Organizacional es muy compleja, aunque existen muchos problemas y discrepancias relacionadas con la conceptualización de la misma, la mayoría de las definiciones, reconocen la importancia de las normas y los valores compartidos que guían el comportamiento de los participantes organizacionales (Luthans, 2012). Por lo tanto interesa conocer algunas de las relaciones esenciales para la presente investigación, sustentadas en la literatura especializada.

De lo descrito, se puede abstraer que la cultura organizacional presenta varios estratos o niveles, los cuales tienen distinta visibilidad y resistencia al cambio, es como si peláramos una cebolla donde encontramos diversas capas, unas más en la superficie y otras más profundas y menos visibles. Lo más profundo de la cultura organizacional contiene la filosofía y los supuestos compartidos que representan las creencias básicas, el siguiente nivel contiene los valores, los cuales representan las creencias, supuestos y sentimientos colectivos acerca de que es correcto normal, racional y valioso. El siguiente nivel contiene las conductas compartidas, las cuales incluyen las normas que como son más visibles son más fáciles de cambiar. Por último está el nivel más superficial que contiene los símbolos, que son los objetos físicos (Hellriegel, 2009).

Asimismo Chiavenato(2009), menciona que la cultura organizacional se asemeja a un iceberg, ya que tiene diferentes grados de profundidad y arraigo. El primer estrato, el de los artefactos o producciones que caracterizan físicamente la organización, es el más fácil de cambiar. El segundo donde se encuentran los valores y el tercero que es el nivel más profundo donde se encuentran los supuestos básicos conformado por seis elementos trascendentales que son: valores, normas, creencias, hábitos, ritos e historias que comparten los miembros de una empresa.

Dimensiones de la Cultura Organizacional

O'Reilly (1991) citado por Robbins (2005), determina siete características que al integrarse, definen la esencia de la cultura de la organización, denominando a estas características como DIMENSIONES DE CULTURA ORGANIZACIONAL, que son:

Innovación y aceptación del riesgo.- Grado en que se alienta a los empleados a innovar y correr riesgos.

Atención al detalle.- Grado en que se espera que los empleados den muestra de exactitud, análisis y atención a los detalles

Orientación a los resultados.- Grado en que los gerentes se centran en los resultados más que en la manera de alcanzarlos

Orientación a la gente.- Grado en que las decisiones gerenciales toman en cuenta los efectos en la gente de la organización

Orientación a los equipos.- Grado en que el trabajo se organiza en equipos más que en individuos

Agresividad.- Grado en que los empleados son enérgicos y competidores en lugar de ser cooperadores.

Estabilidad.- Grado en que las decisiones y actividades de la organización tienden al mantenimiento del estatus quo.

Estos aspectos hacen que la Cultura Organizacional sirva de marco de referencia a los miembros de la organización y de las pautas acerca de cómo las personas deben conducirse en ésta. La cultura es el vínculo social, es decir el hilo conductor que ayuda a mantener unida a la organización con los empleados, al proporcionarle normas adecuadas de cómo deben comportarse y expresarse.

Responsabilidad Social Empresarial

El nacimiento del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), desde el plano, se presenta desde 1953 y se viene desarrollando hasta nuestros días, relacionando teorías de la administración y otros conceptos, como el desarrollo sustentable; para ello se han involucrando organizaciones internacionales como la ONU y el BID. En este sentido (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la T., 2012), determinan el nacimiento y conceptualización de la RSE con los aportes de Howard Bowen (1953), contribuyendo desde el mundo académico, en el libro de responsabilidades sociales de negocios; se plantea por primera vez cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad.

En 1991 Donna Wood propuso tres principios de la RSE: legitimidad, responsabilidad pública, gestión discrecional. Con estos principios se evalúa el impacto social de la empresa en tres líneas: ambiental, grupos de interés, y problemáticas generales.

A finales de la década de 1990, como consecuencia del deterioro ambiental y la crisis ambiental causada por las acciones humanas, especialmente las realizadas por la empresa, el discurso ambiental comenzó a tener más fuerza.

En 1997, Hart, señala que dados los retos ambientales a los que se enfrenta el mundo, es necesario vincular la estrategia y el desarrollo tecnológico con el concepto de sustentabilidad, expresado por la ONU en 1986, con la finalidad de generar ventajas competitivas. En este mismo año se generó el modelo Elkington conocido como Triple Bottom Line (TBL), la triple cuenta de resultados que vincula el aspecto económico, social y ambiental.

Así, la responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Pero RSE va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad (Navarro, 2008).

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT)¹

¹ La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales. Fue fundada el 11 de abril de 1919, en virtud del Tratado de Versalles

la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que consolidan los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

Para el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.

El objetivo principal que persigue el RSE radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Con respecto a la Norma ISO 26000, ofrece una guía global sobre responsabilidad social pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.

La norma ISO 26.000, determina siete principios:

- Rendición de cuentas.
- Transparencia.
- Comportamiento ético
- Respeto a los intereses de las partes interesadas.
- Respeto al principio de legalidad.
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento.
- Respeto a los derechos humanos

Cuadro 1
Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial

CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA	ÉTICA EMPRESARIAL	VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD	PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE
-Derechos humanos.	-Gobierno corporativo.	-Atención a grupos de interés.	-Contaminación.
-Relaciones laborales.	-Cumplimiento de normas.	-Atención a grupos vulnerables.	-Ahorro de energía.
-Seguridad e higiene.	-Trabajo justo.	-Civismo empresarial.	-Recursos naturales.
-Clima Organizacional.	-Prevención de negocios ilícitos.	-Mercadotecnia responsable.	-Materiales de deshecho.
	-Conflicto de interés.		

Elaborado: El Autor

Fuente: Centro Mexicano para la Filantropía

En este modelo se involucra a los grupos de interés quienes se convierten en los aliados estratégicos para la empresa, y, como dijo (Freeman, 1984) son “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa.

Relación de la Cultura Organizacional con la Responsabilidad Social Empresarial

La cultura y la responsabilidad social, son dos temáticas importantes que componen la realidad sociocultural de las organizaciones y se han convertido en el binomio

estratégico que componen la visión de las empresas. El tema cultural es tan antiguo como vigente, pues, es una variable que permite entender el comportamiento humano dentro de las organizaciones e integra los valores, las creencias y las actitudes que asumen los actores que hacen vida en las organizaciones, cuando están conscientes sobre el valor social que pueden generar en sus comunidades con la RSE, pues, pueden dirigir sus programas a las necesidades más prioritarias de éstas. Específicamente es interesante analizar la cultura organizacional y la responsabilidad social de las empresas, como factores estratégicos dentro de las organizaciones (Diez, 2007).

evaluar la Cultura Organizacional en las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja y el segundo para evaluar la Responsabilidad Social de dichas empresas. Cada uno de los cuestionarios ha sido estructurado en escalas de Likert, con valoraciones de 1 a 5, que va de, muy en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo. Teniendo en cuenta que el promedio de la escala es de 3 puntos, se considera una valoración favorable cuando el promedio está entre 4 o 5 puntos y una valoración desfavorable cuando el promedio es de 1 o 2 puntos; en el caso que el promedio sea de 3 puntos, no hay una inclinación ni hacia lo favorable, ni a lo desfavorable. La descripción de los resultados, en primer lugar, se inicia con la Cultura Organizacional, incluida sus dimensiones y, en segundo lugar, se describen los aspectos relacionados a la Responsabilidad Social; luego en la fase final se contrasta las hipótesis de la investigación.

Resultados

Con el uso de la conceptualización expuesta se realizó un estudio que incluyó dos cuestionario; uno para

Cuadro 2
Cultura Organizacional

Percepción media sobre las dimensiones de la cultura organizacional en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja

Dimensiones	Promedio	Desviación Estándar
Innovación y aceptación al riesgo.	3.6	0.73
Atención a los detalles.	4.0	0.55
Orientación a los resultados.	3.8	0.42
Orientación a las personas.	3.9	0.58
Trabajo en equipo.	4.1	0.60
Energía.	3.9	0.56
Estabilidad.	3.8	0.65
Cultura organizacional.	3.8	0.48
MODA.	3.8	0,57



Fuente: Cuestionario de Cultura Organizacional.
Elaboración: El Autor

Los resultados de la tabla anterior muestran la percepción de los encuestados por las dimensiones de la cultura organizacional. En todas las dimensiones los promedios se acercan a los 4 puntos, evidenciando una cultura organizacional bastante favorable. Dichas empresas alientan a los empleados a innovar y correr riesgos; los empleados dan muestras de exactitud y atención a los detalles; los gerentes se centran en los resultados y sus decisiones toman en cuenta sus efectos en la gente de la organización. También hay un importante porcentaje (4.1) de que el trabajo se organiza en equipos; los empleados son enérgicos y competitivos.

Los resultados también dejan entrever que si bien es cierto, todos los aspectos son valorados en forma favorable; sin embargo el aspecto valorado ligeramente por debajo de los demás es la innovación y aceptación al riesgo.

Con esta información, se determina que las 7 dimensiones analizadas en la variable CULTURA ORGANIZACIONAL de las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja tienen un promedio general de 3,8, ubicándose en un nivel medio, con una tendencia muy importante hacia un alto grado, lo que da a entender que los empresarios cada día se fortalecen para ser competitivos.

Cuadro 3

Percepción media sobre las dimensiones de la Responsabilidad Social en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja

Dimensiones	Promedio	Desviación Estándar
Calidad de vida.	3.9	0.54
Ética empresarial.	3.9	0.57
Vinculación con la comunidad.	3.3	0.61
Preservación del medio ambiente.	3.7	0.52
Responsabilidad social.	3.8	0.49
Media.	3,73	0.53



Fuente: Cuestionario de Responsabilidad Social.

Elaboración: El Autor.

Con respecto a la dimensión Responsabilidad Social, los resultados muestran promedios cercanos a los 4 puntos en la mayoría de aspectos; es decir, la percepción por la calidad de vida, ética empresarial, preservación del medio ambiente y responsabilidad social, son bastante favorables. La única dimensión que no es valorada de manera muy favorable es la vinculación con la comunidad, en donde el promedio de cerca de 3 puntos indica que este aspecto es una de las debilidades de la responsabilidad social de las empresas.

Los resultados también establecen que las 4 dimensiones estudiadas en la variable RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL de las pequeñas empresas del sector alimenticio tienen en promedio general 3,7, posicionándose en un nivel medio, con una tendencia importante hacia un alto nivel, lo que da a entender que los empresarios cada día se fortalecen para ser competitivos.

Cuadro Nro. 4
Contrastación de Hipótesis

Relación ente la Cultura Organizacional y la Responsabilidad Social en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja

DIMENSIONES	Spearman	Calidad de vida	Ética empresarial	Vinculación con la comunidad	Preservación del medio ambiente	Resp. social
Innovación y aceptación al riesgo.	r	.660(**)	.582(**)	.685(**)	.674(**)	.695(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Atención a los detalles.	r	.758(**)	.613(**)	.616(**)	.701(**)	.749(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Orientación a los resultados.	r	.532(**)	.388(**)	.565(**)	.551(**)	.535(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Orientación a las personas.	r	.639(**)	.550(**)	.630(**)	.699(**)	.674(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Trabajo en equipo.	r	.673(**)	.563(**)	.517(**)	.575(**)	.633(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Energía.	r	.339(**)	0.148	.347(**)	.260(*)	.303(**)
	Sig.	0.001	0.152	0.001	0.011	0.003
Estabilidad.	r	.556(**)	.521(**)	.478(**)	.523(**)	.577(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Cultura organizacional.	r	.702(**)	.576(**)	.685(**)	.697(**)	.715(**)
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Fuente: Cuestionario de Cultura organizacional y Responsabilidad Social

Elaboración: El autor.

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Para contrastar la hipótesis, de que la Cultura Organizacional se relaciona de manera directa y significativa con la responsabilidad social empresarial en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, por tratarse de variables construidas a partir de preguntas en escala ordinal. Los resultados conducen a aceptar dicha hipótesis, según se desprende del coeficiente de correlación de 0.715, el cual es significativo (Sig.<0.05) desde el punto de vista estadístico. El coeficiente positivo pone en evidencia, además, una correlación directa entre el Clima Organizacional y la Responsabilidad Social, es decir, una mejor Cultura Organizacional en dichas empresas, conduce a una mayor Responsabilidad Social.

También se encontró relación significativa (Sig.<0.05) entre las dimensiones de la Cultura Organizacional y la Responsabilidad Social, así como con sus dimensiones; estos resultados implican a su vez que una mejora en todo los aspectos de la cultura organizacional, repercute de manera favorable en la calidad de vida del trabajador, en la ética empresarial, en la vinculación con la comunidad, en la preservación del medio ambiente y en general en la Responsabilidad Social.

Además el estudio permite visualizar que si bien todos los aspectos de la Cultura Organizacional se relacionan de manera significativa con la Responsabilidad Social, sin embargo el que contribuye más es la atención a los detalles seguido por la innovación y aceptación al riesgo y la que contribuye menos es la energía.

Conclusiones

1. Los promedios de las 7 dimensiones de Cultura Organizacional y 4 de Responsabilidad Social Empresarial, que fueron analizados estadísticamente en cada una de las variables se ubican con promedios superiores a los 3,80 puntos, a excepción de tres dimensiones: innovación y aceptación de riesgo 3,60, vinculación con la comunidad 3,30 y preservación del medio ambiente 3,69.

2. El modelo propuesto para determinar la tipología de la cultura organizacional y el nivel de responsabilidad social de las empresas en estudio, permitió crear una base de caracterización de las empresas.

3. El grado de cultura organizacional en las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja es medio con un indicador de 3,86.

4. El nivel de responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja es medio con un indicador de 3,7

5. Existe una correlación estadísticamente significativa, al nivel 0,01 (bilateral), entre la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja.

6. Al analizar la relación de la cultura organizacional con la responsabilidad social empresarial en las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja se ha podido determinar una tipología empresarial, correspondiendo a las pequeñas industrias del sector alimenticio de la ciudad de Loja a la calificación de TRADICIONALES.

Bibliografía

- Abreu, Q., & Badii, M. (2007). Análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*.
- Brookin, A. (1997). El capital intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio. España: Paidós.
- C.A.O'Reilly III, J. D. (1991). *People and Organizational Culture: A profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit*.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Séptima ed.). México, México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las Organizaciones* (Segunda ed.). México, México: McGraw-Hill.

- Cooperación Alemana, D. (05 de 2011). <http://www.pfizer.com.ec>. Recuperado el 02 de 11 de 2013, de <http://www.pfizer.com.ec>: <http://www.pfizer.com.ec/content/premiosreconocimientos>
- Davis, K. (1960). *Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?* California.
- Delgado, F. A. (Julio de 2012). *La formación socialmente responsable y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis del sector turístico Portugués. Badajoz, Brasil.*
- Diez, E. (12 de 1 de 2007). Tesis: *La Cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones.* Recuperado el 9 de 8 de 2012, de www.saber.ula.ve/bitstream/.../2/articulo5.pdf: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/.../2/articulo5.pdf>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach.*
- Hellriegel, D. S. (2009). *Comportamiento Organizacional (12a ed.).* México: Cengage Learning.
- Hyuwon, E. (2012). *Antecedentes históricos del estudio de la cultura organizacional.* Cultura Mexicana, 32.
- INEC. (1991). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.*
- Koontz Harold, W. H. (2012). *Administración, Una Perspectiva Global y Empresarial (14 ed.).* (M. O. María Jesús Herrero Díaz, Trad.) México: Mc Graw Hill.
- Kreitner, R. y. (1997). *Comportamiento de las organizaciones.* Madrid: Mc Graw-Hill.
- Lima, M. (05 de 10 de 2010). *La responsabilidad social es una buena opción para las pymes.* Diario Hoy.
- Medina, L. A., & Negrín, J. (2010). *Ética empresarial y responsabilidad Social Corporativa.* FUNIBER.
- Mejía, A.-E. (23 de 10 de 2013). <http://www.ekosnegocios.com>. Recuperado el 02 de 11 de 2013, de <http://www.ekosnegocios.com>: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=2580>
- Méndez, A. (2006). *Transformación cultural en las organizaciones. Un modelo para la gestión del cambio.* Bogotá: Limusa S.A.
- Morgan, B. (mayo de 2009). *Identidad y cultura en una empresa del sector alimenticio.* Tesis. Santiago de Querétaro, México.
- Navarro, G. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica (1ra ed.).* Madrid: Esic.
- Raufflet, E., Lozano, A., Barrera, D., & García de la T., C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial (Primera ed.).* México: Pearson.
- Ritter, M. (2012). *Cultura Organizacional (1ra. ed.).* Buenos Aires: Dircom.
- Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento Organizacional.* México: Pearson.
- Robbins, S., P. C. (2005). *Administración (8va. ed.).* Mexico: Pearson.
- Schein, E. (1985). *Organizational Culture and Leadership.* San Francisco.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo.* Bogotá: Mc Graw Hill.
- Schein, E. (1992). *Organizational Culture and Leadership (Segunda ed.).* San Francisco: Mc Graw Hill.
- Schein, E. (1996). *Culture: The missing concept in organization studies.* *Administrative science quarterly* (Vol. 41). California.